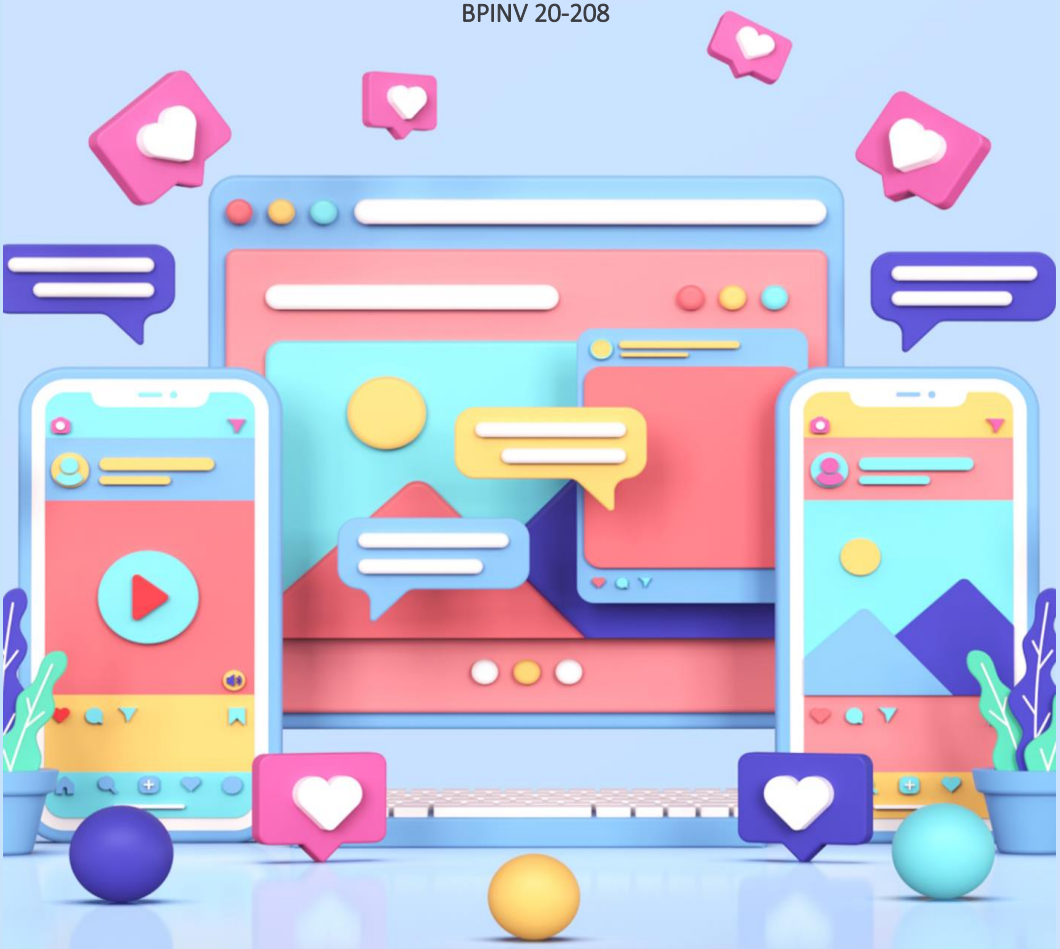
COMPETENCIAS DIGITALES PARA EMPRENDEDORES CREATIVOS

"Fortalecimiento de competencias digitales de prestadores de servicios de la Industria cultural y el Turismo, mediante la creación de un hub de emprendimientos creativos y la aplicación de la metodología bootcamp virtual"

BPINV 20-208



Experiencias de una propuesta de investigación – acción

CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
CONACYT
PROCIENCIA
PROGRAMA PARAGUAYO PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA
UTIC
FCTA
Con el apoyo de:
Feei
Fondo para la Excelencia de la Educación y la Investigación

“Fortalecimiento de competencias digitales de prestadores de servicios de la Industria cultural y el Turismo, mediante la creación de un hub de emprendimientos creativos y la aplicación de la metodología bootcamp virtual” BPINV20- 208

COMPETENCIAS DIGITALES PARA EMPRENDEDORES CREATIVOS

Experiencias de una propuesta de investigación – acción



PARAGUAY – 2021

Villalba, E.; Baron, A.; Riveros, T. y Ortega, R.

Competencias digitales para emprendedores creativos/1ed.- Facultad de Ciencias, Tecnologías y Artes - Universidad Tecnológica Intercontinental. Paraguay. 2021.88p.

ISBN: 978-99925-78-95-7

1. Turismo y Cultura 2.TIC 3. Competitividad 4. Organización y Gestión

Facultad de Ciencias, Tecnologías y Artes

Campus Universitario UNP – B° Ytororo

Pilar, Ñeembucú

www.cta.unp.edu.py

+595 (786)-230.995

Universidad Tecnológica Intercontinental

Atyrá 1750 c/ Capitán Rivas

Fernando de la Mora, Paraguay

www.utic.edu.py

+595 (21) -590 353

Este material es resultado de la ejecución del proyecto "Fortalecimiento de competencias digitales de prestadores de servicios de la Industria cultural y el Turismo, mediante la creación de un hub de emprendimientos creativos y la aplicación de la metodología bootcamp virtual" BPINV20- 208, cofinanciado por el CONACYT, a través del Programa Paraguayo para el desarrollo de la Ciencia y Tecnología – PROCIENCIA, con recursos del Fondo para la Excelencia de la Educación e Investigación – FEEII.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE PILAR

Víctor Rios Ojeda, Rector

Adolfo Villasboa Romañach, Vice Rector

FACULTAD DE CIENCIAS, TECNOLOGÍAS Y ARTES

Ever Villalba Benítez, Decano

Elida Duarte Sánchez, Vice Decana

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INTERCONTINENTAL

Hugo Ferreira González, Rector

Raúl Salinas Morel, Vice Rector de vinculación

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Anton Baron; Ever Federico Villalba Benítez; Tania Riveros Montiel

Rolando Junior Ortega Carrasco; José María Serna Santander;

Shirley Lorena Olmedo; James Venturi; Liliana Olivia Velazco;
Perla Mileva Gutiérrez; Walter Damián Vargas.

COLABORADOR SOPORTE TÉCNICO

Daniel Bordón

COMITÉ DE REFERATO

Dr. Guillermo Odriozola

APOYO INSTITUCIONAL

Secretaría Nacional Turismo (SENATUR), el Conservatorio Nacional de Música (CONAMU), el Conservatorio de Música Sofía Mendoza, la secretaria Departamental Cultura y Turismo de la Gobernación de Ñeembucú y la Dirección de Educación, Cultura, Turismo y Deporte de la Municipalidad de Pilar.

"La presente publicación ha sido elaborada con el apoyo del CONACYT. El contenido de la misma es responsabilidad exclusiva de los autores de cada capítulo; en ningún caso se debe considerar que refleja la opinión del CONACYT".

ÍNDICE GENERAL

Presentación 1
Marco teórico 4
Materiales y Métodos 15
Resultados y discusión 18
Conclusiones 75
Contribución de la investigación 82
Referencias bibliográficas 84



Presentación

La pandemia ha generado nuevos desafíos para la industria cultural y el turismo, pero también ha intensificado los desafíos que el sector ya enfrentaba antes de la crisis sanitaria (Revista Plus, 2020).

La academia debe dar respuesta a las necesidades y desafíos a los que se enfrenta la sociedad, respondiendo a sus necesidades y desafíos, en el presente material se exponen las acciones realizadas en el marco de la ejecución de la investigación BPINV208 denominada "Fortalecimiento de competencias digitales de prestadores de servicios de la Industria cultural y el Turismo, mediante la creación de un hub de emprendimientos creativos y la aplicación de la metodología bootcamp virtual", proyecto cofinanciado por el CONACYT a través del Programa Paraguayo para el desarrollo de la Ciencia y Tecnología – PROCIENCIA, con recursos del Fondo para la Excelencia de la Educación e Investigación – FEEII, coordinada por la Universidad Tecnológica Intercontinental, "UTIC", como institución proponente y la Facultad de Ciencias, Tecnologías y Artes de la Universidad Nacional de Pilar como institución asociada.

Esta propuesta de investigación ha tenido dentro de sus fines contribuir con el proceso de reactivación socioeconómica pos pandemia COVID-19 de la industria cultural y el turismo en Paraguay, mediante el desarrollo de acciones de intervención educativa que promuevan el fortalecimiento de las competencias digitales de los prestadores de servicios de los sectores turismo y cultura, quienes

mediante ese afianzamiento podrían desarrollar de manera más competitiva sus actividades productivas, favoreciendo de esta manera en el proceso de reactivación de la economía naranja y por ende en el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Conforme a la metodología de intervención, el proyecto previó, la creación de un hub de emprendimientos creativos, que se constituyó en un espacio compartido por profesionales y buscó impulsar el desarrollo de emprendimientos creativos, por medio del trabajo colaborativo y del aprendizaje, plasmado en el desarrollo de un entrenamiento intensivo de corta duración bajo la denominación del bootcamp virtual (campamento virtual).

Dada su relevancia, este proyecto contó con la adhesión de la de la Secretaría Nacional Turismo SENATUR, el Conservatorio Nacional de Música (CONAMU), el Conservatorio de Música Sofía Mendoza, la secretaria Departamental Cultura y Turismo de la Gobernación de Ñeembucú y la Dirección de Educación, Cultura, Turismo y Deporte de la Municipalidad de Pilar.

Objetivos del Proyecto

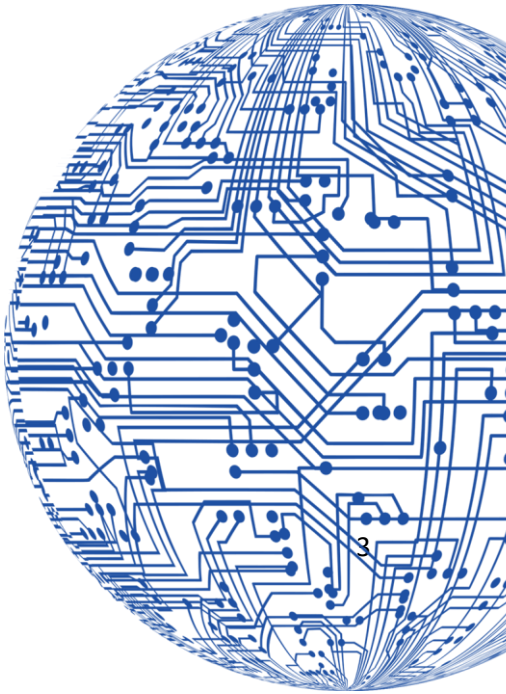
Objetivo General

Fortalecer las competencias digitales para contribuir con el proceso de reactivación socioeconómica de la Industria cultural y el turismo mediante la creación de un "Hub de emprendimientos creativos" y el desarrollo de la metodología "bootcamp virtual".

Objetivos Específicos

Promover el desarrollo de competencias digitales de prestadores de servicios de la Industria cultural y el Turismo.

Dinamizar las iniciativas de emprendedores paraguayos del sector cultural y turístico mediante el uso de las TICS.



Marco teórico

Antecedentes

El acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación permite a las personas participar en la sociedad y al familiarizarse con ellas, les posibilita un mejor aprovechamiento de sus beneficios. Sin embargo, las tecnologías también constituyen un elemento de exclusión en varios sectores, debido a diversos factores que influyen en la aparición de la llamada brecha digital, un fenómeno transversal que afecta el ámbito educativo, laboral y social de las personas, las comunidades y los países. (Chamorro Cristaldo, 2018)

Para Glasinovic (2020), diversos análisis exponen que las habilidades más importantes a desarrollar en esta coyuntura se encuentran el marketing digital y el comercio electrónico, industria que se ha visto fortalecida ante el confinamiento.

El auge del teletrabajo, del e-commerce y del delivery es sólo la punta más visible de la transformación que está ocurriendo. Son muchas las empresas que han debido cambiar sus modelos de negocio y digitalizar sus procesos. (Glasinovic, 2020)

Es perentorio acompañar el proceso de reactivación de estos sectores de la economía creativa o economía naranja, mediante el fortalecimiento de las habilidades digitales de los emprendedores a fin de que estos puedan incorporarlos en los procesos de su gestión y garantizar su sostenibilidad.

Estado del arte

El Consejo Económico y Social de la ONU (2018), había estimado que para el 2020 entre un 85% y un 90% de los puestos de trabajos exigirían conocimientos en tecnologías de la información y las comunicaciones. La crisis sanitaria provocada por la pandemia del Covid-19 ha acelerado la necesidad de contar con personas preparadas para manejarse en un mundo cada vez más hiperconectado y virtual (Vives, 2020).

Las medidas de distanciamiento social y la cuarentena han afectado especialmente al sector cultural, a toda su cadena de valor y fragilizando aún más la situación de los profesionales de la cultura, principalmente trabajadores de micro, pequeñas y medianas empresas, y por artistas y trabajadores independientes, muchos de ellos informales. (UNESCO, 2020).

La Asamblea General de la Naciones Unidas en su septuagésimo cuarto período de sesiones ha resuelto declarar para el 2021, Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible, reconociendo y que estas pueden contribuir a fomentar las externalidades positivas, preservando y promoviendo al mismo tiempo el patrimonio y la diversidad culturales, así como aumentar la participación de los países en desarrollo en las nuevas oportunidades dinámicas de crecimiento del comercio mundial y hacer que se beneficien más de ellas. (Asamblea General Naciones Unidas, 2020).

Las industrias culturales y creativas son un elemento clave por el valor e impacto de la cultura sobre la economía y, por tanto, suponen uno de los ejes fundamentales de atención en las estrategias políticas

del desarrollo económico (Organización de Estados Iberoamericanos, 2020).

Si bien, “los cambios tecnológicos observados en los últimos años, sobre todo los impulsados por el rápido desarrollo de las TIC, ofrecen la posibilidad de transformar las economías y mejorar el nivel de vida de muchas personas” (Informe Consejo Económico y Social de la ONU, 2020), “la digitalización amenaza abrir y profundizar brechas laborales entre personas de diferentes niveles de habilidades digitales” (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2020).

Las brechas en el acceso a la infraestructura y las competencias digitales para personas de diferentes niveles educativos, etarios, zonas geográficas y etnias tienden a incidir en un aprovechamiento desigual del potencial de las nuevas tecnologías y un nuevo motor de segmentación del mercado de trabajo. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2020).

Para Alkalai, (2004) el concepto de competencias digitales, es complejo, y más allá de la alfabetización digital, implica la capacidad de comprender los medios de comunicación, buscar información y saber analizar críticamente los datos recuperados, así como ser capaz de comunicarse con otras personas utilizando diversas herramientas y aplicaciones digitales.

El Centro Cultural Artica, (2021) señala que en la actualidad existe una variedad de tareas, estrategias y competencias que debe manejar el gestor cultural en los nuevos medios tales como:

1. Comprender la cultura de la participación y las nuevas audiencias: el usuario "prosumidor" y la nueva economía de la cultura. Cada vez más, se trata de un público no pasivo, que transita por múltiples medios, más dispuesto a compartir y menos dispuesto a pagar por aquello que se puede reproducir digitalmente. Solamente pagará por lo que es relevante y hace la diferencia y sin que se vea coartada su libertad de compartir.

2. Manejar metodologías para la difusión y promoción de la cultura en la Web 2.0 y las redes sociales. No se trata solamente de usar estos medios como una cartelera de anuncios más. Se trata de crear comunidad en torno a objetos culturales y de aprendizaje.

3. Estar capacitados para la creación y dinamización de contenidos culturales en los medios digitales: e-mail marketing, foros, e-groups, blogs, redes sociales, microblogging, etc. Estas herramientas requieren de múltiples competencias: trabajar con la imagen, la palabra, el audiovisual. Estar dispuesto a aprender las reglas propias de cada nuevo medio y no tratar de imponer las propias.

"Los creadores y gestores culturales contemporáneos necesitan apropiarse significativamente de estas herramientas" (Artica Centro Cultural , 2021).

"La era tecnológica ha revolucionado al hombre y ha propiciado una evolución casi forzosa de todos los ámbitos de la sociedad: relacionamiento interpersonal, transacciones comerciales, necesidades básicas y requerimientos superfluos que se volvieron necesarios" (Lara Céspedes, 2017).

Lara Céspedes, menciona además que Paraguay es uno de los pocos países de la región que cuenta con una ley específica de e-commerce la Ley Nº 4.868/13 de Comercio Electrónico.

"Los costos de utilizar una tienda online son muchos más bajos en comparación a los requerimientos de una tienda física puesto que para el e-commerce solo se necesita un portal en la web y dar cumplimiento a los requerimientos legales y tributarios" (Lara Céspedes, 2017).

Acompañar este proceso de revolución tecnológica digital y su apropiación para el uso eficiente y efectivo requiere muchas veces de acciones colaborativas que permitan reducir la brecha del desconocimiento, una de las propuestas hace referencia a la creación de "hubs" de emprendimientos, este se reconoce como un "espacio donde los emprendedores trabajan juntos, colaboran y forman una comunidad" (BBVA, 2020).

La misión de los 'hubs' es unir a las personas, conseguir que **generen sinergias** e impulsarles en su avance a través de charlas, talleres, laboratorios de innovación, etc. No son un conjunto de oficinas al uso. Más bien, comprenden un espacio diseñado para que los emprendedores trabajen en un lugar atractivo e **interactúen con el resto de los usuarios**. (BBVA, 2020).

Las industrias culturales y creativas

La UNESCO (2009), define la cultura "como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social" y reconoce en su marco de estadísticas culturales a siete dominios que incluyen "el patrimonio

cultural y natural, las presentaciones artísticas y celebraciones (artes escénicas, música, festivales y festividades), las artes visuales y artesanías, libros y prensa, medios audiovisuales e interactivos, el diseño y los servicios creativos y añade los dominios que incluyen el turismo, los deportes y la recreación" (UNESCO, 2021).

Fue T. Adorno, quien, en 1948, comenzó a utilizar el término de industrias culturales y creativas haciendo alusión "a las técnicas de reproducción industrial en la creación y difusión masiva de obras culturales" (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2021).

En la década de los noventa, surge "el concepto de economía creativa que entiende la creatividad –en un sentido amplio– como el motor de la innovación, el cambio tecnológico y como ventaja comparativa para el desarrollo de los negocios" (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2021).

Para la UNESCO las industrias culturales y creativas son:

"Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial" (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2021).

En tanto el BID, concibe, la denominación de economía naranja o creativa como: "el conjunto de actividades a través de las cuales las ideas se transforman en bienes y servicios culturales y creativos, cuyo valor está o podría estar protegido por derechos de

propiedad intelectual (Benavante & Grazzi, 2017, p. 9)" (Comisión Económica para América Latina y el Caribe , 2020).

Según Neugovsen (2021), las industrias culturales y creativas están constituidas por micro y pequeñas empresas "lideradas por emprendedores, que responden al concepto definido por A. Schumpeter: son innovadores que implementan cambios en una economía al introducir nuevos productos o métodos de producción".

Este grupo es considerado como un "sector clave emergente, de forma muy especial en su faceta digital y audiovisual. También es significativo porque se trata de un sector tecnológico y de futuro en crecimiento" (Irigoien, 2018).

Creatividad y digitalización

Irigoien, (2018) entiende que "la digitalización es central en la competitividad del propio sector cultural y creativo y, por extensión, del tejido empresarial. Sin ella no se puede entender el progreso de productos o servicios y su transformación hacia algo nuevo que abra nuevas posibilidades y mercados", es así que la combinación de creatividad y digitalización serán promotores de "nuevas soluciones, nuevas formas de hacer y, por supuesto, nuevos retos a los que dar respuestas diferentes" (Irigoien, 2018).

"La creatividad es necesaria en la innovación. Y, hoy por hoy, una empresa que no innova quizás pueda sobrevivir en el mercado, pero no avanzar en él" (Irigoien, 2018).

Tendencias de innovación tecnológica y competencias digitales

La competencia digital “implica el uso creativo, crítico y seguro de las tecnologías de la información y la comunicación para alcanzar los objetivos relacionados con el trabajo, la empleabilidad, el aprendizaje, el uso del tiempo libre, la inclusión y participación en la sociedad” (Tofler, 2021). Es un conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes relacionados con diversos fines (The failure institute, 2018).

El Marco Europeo de Competencias Digitales para la Ciudadanía (DigComp), entiende a la competencia digital como “un conjunto de conocimientos, actitudes y habilidades necesarias para participar de forma activa en el entorno digital y obtener los beneficios de la tecnología en nuestro día a día” (Fernández Villavicencio, 2015).

En diciembre del 2012 el IPTS (Instituto de Prospectiva Tecnológica), finalizó la parte operativa del proyecto DigComp, encomendado por Comisión Europea (Fernández Villavicencio, 2015).

Se definieron cinco áreas y de cada área depende una serie de competencias digitales (Asociación de Universidades Populares de Extremadura, 2018).

1. Información:

1.1. Navegar, buscar y filtrar información

1.2. Evaluar la información

1.3. Almacenar y recuperar la información

2. Comunicación:

2.1. Interactuar mediante nuevas tecnologías

2.2. Compartir información y contenidos

2.3. Participación ciudadana en línea

2.4. Colaborar mediante canales digitales

2.5. Netiqueta

2.6. Gestión de la identidad digital

3. Creación de contenidos:

3.1. Desarrollo de contenidos

3.2. Integrar y reelaborar

3.3. Derechos de autor y licencias

3.4. Programación.

4. Seguridad:

4.1. Protección de dispositivos

4.2. Protección de datos personales e identidad digital

4.3. Protección de la salud

4.4. Protección del entorno

5. Resolución de problemas:

5.1. Resolver problemas técnicos

5.2. Identificación de necesidades y respuestas tecnológicas

5.3. Uso creativo de tecnologías digitales

5.4. Identificación de brechas digitales

Por otra parte, el Libro Blanco de la Asociación Multisectorial de Empresas de la Electrónica, las Tecnologías de la Información y la Comunicación, de las Telecomunicaciones y de los Contenidos Digitales (AMETIC), para el Desarrollo de Competencias Digitales, desarrolla líneas de actuación para la línea de trabajo competencias digitales para pymes, con el objetivo de responder a la "brecha de digitalización que enfrentan las pequeñas y medianas empresas" (AMETIC, 2021). Para la AMETIC, (2021) Las micro y pequeñas empresas deberán desplegar capacidades digitales en: Ecommerce. Cultura del dato (i.e. GDPR, Bases de datos). Cloud Posicionamiento en Buscadores. Google My Business. Comunicación e Interacción: Email marketing, RRSS. Whatsapp for Business. Entregas. Last mile delivery. Pagos. Fidelización de clientes.

En tanto, para Andalucía Lab (2020), las siguientes categorías deben ser atendidas como aspectos que acercan a las empresas de turismo a la competitividad digital:

ACCESO: Existe en Internet (web, redes sociales, interme - diarios, Google My Bu - siness). Admite reservas online en aquellos lugares en los que tiene presencia. Es rastreable e investigable por los clientes desde su móvil. Tiene su marca asegurada en Google. Su web es accesible y ofrece una buena usabilidad desde cualquier dispositivo digital. Está preparada para captar reservas internacionales. El dominio o web tiene enlaces en otros portales.

PROMOCIÓN: Puja en los metabuscadores. Recibe tráfico orgánico desde Google. Hace uso de su blog. Utiliza copy en toda su estrategia de comercialización y comunicación. Tiene todos sus canales de distribución optimizados. Cuenta con channel manager. Hace campañas de venta por email. Capta leads. Fideliza clientes. Hace venta cruzada. Tiene un sistema gamificado. Analiza datos y actúa en consecuencia.

COMUNICACIÓN: Tiene varios canales de comunicación digitales. Tiene objetivos definidos en las redes sociales. Tiene mensajería instantánea como canal de comunicación. Domina los medios audiovisuales.

LO «FÍSICO»: Tiene un hosting fiable y potente. Se puede autogestionar la web. Ofrece una gran UX en lo presencial a sus clientes.

FORMACIÓN: Se forma online. Aprovecha ferias y congresos offline. Aporta a la comunidad B2B.



Materiales y Métodos

El abordaje metodológico del proyecto ha sido del tipo de investigación – acción, se valió de enfoques cualitativos y cuantitativos.

En la primera fase se propuso realizar una revisión de la literatura sobre las tendencias en materia de innovación tecnológica y digital, que permitan delimitar los aspectos a profundizar, y se establecieron los criterios de inclusión de los beneficiarios que podrán participar del proyecto.

Como criterio de inclusión se estableció que podrían participar de la actividad prestadores de servicios del sector turismo y cultura, así como estudiantes universitarios de universidades públicas y privadas interesados en incursionar en estos sectores que residan en el territorio nacional.

La segunda fase implicó el desarrollo de un diagnóstico a los efectos de identificar las necesidades de formación de los emprendedores del sector turismo y cultura, el diagnóstico fue desarrollado mediante técnicas mixtas, tales como la aplicación de un cuestionario y el método Delphi.

La elaboración del cuestionario fue realizando partiendo de la revisión del marco teórico existente sobre el tema, y una adaptación de datos e informaciones dispuestas en la guía imprescindible transformación digital crisis COVID-19 elaborada por el Centro de Innovación Turística Andalucía Lab (2020) y en la encuesta aplicada

para el desarrollo del estudio denominado “El marketing digital como estrategia en las MIPyMES turísticas de Tenosique, Tabasco” (Gómez Vázquez, García Antonio , & Luna Jiménez, 2020).

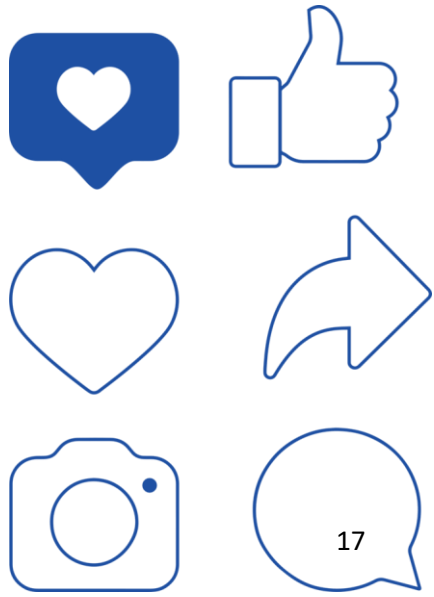
La aplicación del cuestionario fue por Google Forms, en el que se han expuesto aspectos que acercan a las empresas de gestión cultural y turística a la competitividad digital, permitiendo recoger repuestas que van desde preguntas dicotómicas, de selección de opciones múltiples o únicas, escalas, ranking de prioridades etc, en un tiempo promedio estimado de 15 minutos.

Se establecieron las siguientes categorías de consultas: Datos Generales, Acceso a Internet, Cobranza electrónica, Visibilidad en Google, Página web, Redes sociales, Chatbot, WhatsApp, Email Marketing, Talento Humano, Herramientas digitales, Formación.

La selección de los participantes del diagnóstico ha sido intencional, informantes claves, integrado por gestores y propietarios de posadas turísticas e integrantes del programa turismo joven de la Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR), así también docentes y músicos del Conservatorio Nacional de Música (CONAMU) y el Conservatorio de Música Sofía Mendoza, quienes previa aprobación de consentimiento informado, han completado el cuestionario.

La otra técnica utilizada ha sido el método delhpi, que involucró la participación de referentes expertos de los sectores turístico y cultural con el fin de obtener un consenso sobre los datos obtenidos y la propuesta de formación a ser desarrollada en el hub de emprendimientos creativos.

En la tercera fase, se procedió al desarrollo de las capacitaciones a través de la metodología bootcamp virtual, que son entrenamientos intensivos y de corta duración, en el que se certifica que las personas han adquirido las habilidades necesarias (Glasinovic, 2020), el proceso formativo estuvo centrado en la práctica, en el aprender haciendo y con una metodología de enseñanza intensiva (Trendtic, 2020), la metodología bootcamp, cambia la forma de entrenar a las personas, articulando métodos activos de enseñanza como el aprendizaje basado en problemas, ejercitación, desarrollo de productos, entre otros (Richard, 2020). En la modalidad virtual, la herramienta funciona como un entorno de aprendizaje adaptable. En este entorno se proponen al usuario, en una secuencia específica, diferentes materiales didácticos (textos, cursos cortos, enlaces web, vitrinas, entrevistas, ejercicios, etc.). Tras las actividades didácticas propuestas, el usuario adquiere las competencias necesarias para introducir las soluciones de cloud computing requeridas en sus instalaciones (IN-CLOUD, 2020).



Resultados y discusión

En esta sección se exponen los productos resultantes del proceso de la ejecución del proyecto, conforme a lo dispuesto en el Plan de General del Trabajo.

1. El Proceso de creación del Hub de emprendimientos creativos y el desarrollo de la metodología bootamp en la modalidad virtual.

1.1 El Diagnóstico

Esta fase de ejecución, ha tenido como objetivo recabar información mediante técnicas mixtas que permiten tener un panorama más acabado sobre las reales necesidades del capital humano en torno a las competencias digitales requeridas para desarrollar acciones comerciales competitivas en el sector cultural y turístico.

En las demás secciones, se exponen los principales resultados obtenidos en base a la aplicación de las técnicas mencionadas.

Aplicación del Cuestionario Datos Generales

El 72% de los encuestados pertenecen al sector turístico y el 28 % al sector cultural, distribuidos en los departamentos de: Central, Itapúa, Cordillera, Paraguarí, Alto Paraná, Misiones, Ñeembucú, Guairá, Caaguazú, Concepción, Presidente Hayes, Ciudad Capital.

El 83 % manifestó que su emprendimiento se encuentra en el rango de 1 a 5 años de funcionamiento, 8% de 6 a 10 años, y 9% que ha superado los diez años de funcionamiento, a lo que Gómez Vázquez, Garcia Antonio y Luana Jiménez, (2020) denominan la etapa crítica de su ciclo de vida.

La edad de los participantes se encuentra en el rango de 19 a 75 años de edad.

El porcentaje mayor se distribuye en un 32% correspondiente al rango de 31 a 40 años de edad, seguido de un 24% asociado al rango de 41 a 50 años. Estos, pertenecerían a las generaciones X, nacidos entre los años 70 y 85; y la generación Y, nacidos entre los años 85 y 92. (Beatriz Días, Caro, y Gauna, 2021).

Autores como Martínez y Camino, (2020) mencionan que las personas pertenecientes a la generación X manifiestan cierta resistencia al uso de tecnologías completamente digitales. En tanto, los que forman parte de la generación Y "están familiarizados y utilizan de manera natural los medios de comunicación y las tecnologías digitales (Prensky, 2001)" (Martinez & Camino, 2020).

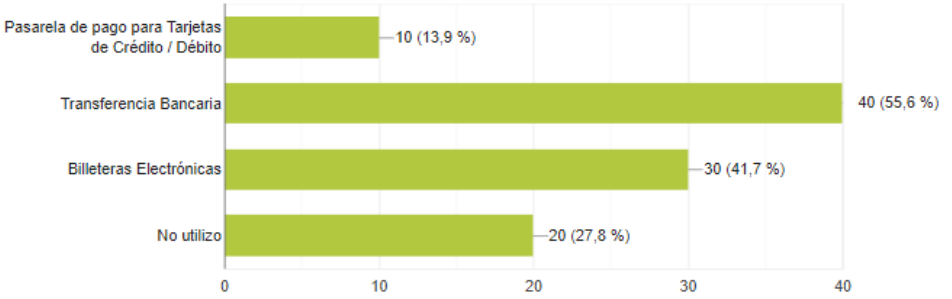
Acceso a Internet

El 94% señaló contar con acceso a internet, el 48,6 % lo hace mediante conexión por fibra óptica, 27,8% desde el celular por paquete de datos, el 15,3% por antena satelital, 11,1 % plan por modem y un 8,3% modem recargas pre pago.

Cobranza electrónica

El 55,6% ha respondido disponer como sistema de cobranza electrónica el cobro por transferencia bancaria, 41,7% por billeteras electrónicas, un 13,9 % utiliza el sistema de cobro por pasarela de pago para tarjetas de crédito y débito, en tanto el 27,8 % de los encuestados señaló que no utiliza.

Ilustración 1 Sistema de cobranza electrónica utilizada



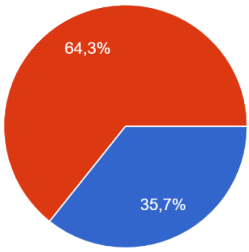
Fuente: Elaboración Propia

Visibilidad en Google

El 64,3% ha mencionado que se tiene acceso a la información de su emprendimiento mediante Google My Bussines en tanto un 35 % ha indicado que no. A la consulta si se tiene acceso a la ubicación de su emprendimiento mediante Google Maps 71,8% ha indicado que si y un 28,% que no.

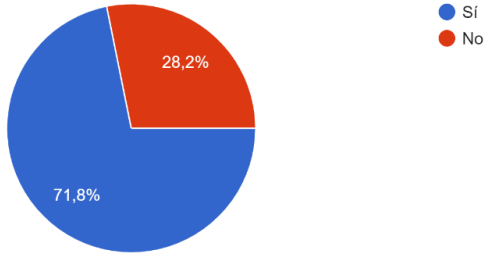
"Google Mi Negocio es una herramienta gratuita que permite promocionar tu Perfil de negocio y el sitio web de tu empresa en la Búsqueda de Google y Maps" (Google, 2021).

Ilustración 2 ¿Se tiene acceso a la ubicación de su emprendimiento desde Google Maps?



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 3. ¿Se tiene acceso a la información de su emprendimiento mediante Google My Bussines?



Fuente: Elaboración Propia

Página web

El 57, 7 % ha indicado que su emprendimiento no cuenta con una página web, sin embargo, un alto porcentaje de 42,3 % ha señalado contar con una página web.

"Una página Web es un documento electrónico adaptado particularmente para el Web, que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentre conectado a la red mundial de información denominada Internet" (Milenium, 2021).

En relación a la consulta realizada si su página web se encuentra optimizada con SEO, el 15,9 % afirmó que si, 49,3% que no y un 34,8% que no aplicaba para su caso en particular.

SEO (Search Engine Optimization) se refiere a la optimización de páginas web para que estas se muestren en las primeras posiciones de los motores de búsqueda (Rdstation, 2021).

El 50% no cuenta en su página web con un sistema de reserva de servicios.

Redes sociales

"Las redes sociales se han convertido en uno de los medios más efectivos para

promocionar una marca con unos resultados muy superiores a los obtenidos en

los medios tradicionales" (Observatorio Regional de ia Sociedad de la Información de Castilla y León (ORSI) y Consejo Regional de Cámaras de Comercio e Industria de Castilla y León, 2021).

Se encontró que un 94,4% le gusta utilizar las redes sociales a diferencia de un 5,6 % que no gusta de hacerlo, en concordancia con este resultado, el 98,6 % considera que el uso de las redes sociales y promociones en internet puede ser un factor de éxito para incrementar los ingresos en su emprendimiento.

El 93% afirma utilizar las redes sociales como canal de comunicación para promocionar y vender sus productos o servicios,

siendo Facebook la red social más utilizada para acceder a su emprendimiento, con un 95,5%, seguida de Instagram, Twitter, Youtube y Tik Tok.

El 7% prefiere no hacerlo por no entender mucho del tema, por falta de conocimiento para hacer marketing, porque el distrito donde está asentado su emprendimiento no está explotado turísticamente y sus clientes son vendedores ocasionales.

La gestión de las redes sociales implica la inversión de tiempo, en tal sentido se creyó pertinente indagar sobre la cantidad de veces que actualiza las redes sociales de su emprendimiento durante el día. Los datos indican que el 81,8% actualiza las redes sociales una vez al día, el 7,6 % actualiza más de tres veces, el 6,1% lo hace dos veces al día y 4,5 % actualiza las redes sociales de su emprendimiento tres veces al día.

El 62,9% utiliza una Fan page para visibilizar su emprendimiento en tanto un 48,6 % lo hace desde una cuenta de perfil personal.

"Las fanpages son espacios que reúnen a personas interesadas en un asunto, empresa, causa o personaje en común" (Siqueira, 2021).

Beese, (2021), menciona que un perfil de Facebook es una cuenta personal utilizada para fines no comerciales.

Chatbot

El 73,5 % utiliza el chat de su red social como estrategia de atención con potenciales clientes, el 26,5 % no utiliza esa función.

En relación al uso del chatbot, el 80 % indicó no utilizar aplicaciones de chatbot para automatizar las consultas frecuentes de sus clientes y/o potenciales clientes.

El Chatbot es una herramienta automatizada de respuestas para mensajería (Inboundcycle, 2021).

WhatsApp

Se encontró que el 79, 2% vincula algún número de teléfono con WhatsApp a sus redes sociales y el 20,8 % no lo hace.

El 54,9 % indicó que no utiliza WhatsApp Bussines para la atención de sus clientes, en tanto un 45,1% señaló si hacerlo.

WhatsApp si bien es una aplicación gratuita, puede generar cargos por el uso de datos, ofrece mensajería, llamadas, video llamadas de una forma simple. (Whatsapp, 2021).

WhatsApp Business es una aplicación diseñada para atender las necesidades de las pequeñas empresas. Esta aplicación permite tener una comunicación más personalizada con el cliente, enseñarles tus productos y servicios, mediante la creación de un catálogo, utiliza herramientas especiales para automatizar, ordenar y responder mensajes ágilmente (Whatsapp, 2021).

Email Marketing

El email marketing es una estrategia de comunicación digital consiste en el envío de correo electrónicos a una base de datos de contactos con el fin de dar a conocer una actividad, producto y/o servicio, adquirir nuevos clientes, establecer relaciones con actuales y

potenciales clientes, fidelizarlos entre otras acciones. (Sendinblue, 2021).

Los datos obtenidos revelan que el 83,3% manifiesta saber qué es el email marketing, sin embargo, el 91,5% no utiliza el email marketing como estrategia de comunicación para el envío de correos electrónicos a clientes potenciales y actuales, el 93% no dispone de un sistema de captación de correos de clientes potenciales.

Marketing digital

"El marketing digital en las MIPyMES posibilita el crecimiento del negocio estableciendo una mejor comunicación con sus clientes" (Gomez Vázquez, Garcia Antonio, & Luana Jiménez, 2020).

Se encontró que el 75,5% no invierte mensualmente en marketing digital, algunas de las manifestaciones indicadas por no hacerlo son:

Por desconocimiento. Por falta de presupuesto. Considera que no es el momento adecuado por encontrarse en la estación invernal y con pandemia. La inversión es muy arriesgada. Costoso para el tamaño de su emprendimiento y por no contar con una clientela masiva. No considera necesario porque su emprendimiento es pequeño y ya tiene clientela formada. No es seguro el retorno laboral o pago, además de que no cuenta con un alto ingreso económico. Debería hacerlo. La pandemia retrasó la ampliación física de su negocio aguarda culminar e invertir en marketing digital de manera continua. No corresponde. No tiene orientación de cómo hacerlo. Quisiera saber hacerlo. Porque es poco el ingreso de la posada por la situación de la pandemia, apenas

se cubre gastos de limpieza. El rubro está parado no tiene ingresos. Falta de iniciativa y más información. Decisión personal.

El 24,3 % si invierte mensualmente en marketing digital. El 66, 7 % no controla los rendimientos que genera su publicidad de pago, en tanto el 33,3% si lo hace.

Del total de los encuestados que, si invierten en marketing digital, estos, indicaron que analizan indicadores para conocer el rendimiento que genera su publicidad de pago, señalado que lo hacen con mayor frecuencia en el siguiente orden: Alcance, Interacción, Messenger, Generación de Leads (suscriptores), Costo por Impresión, Costo por Interacción, Costo por iniciar mensaje.

El 34,7% opta por invertir en publicidad en Facebook Ads, el 16,7% en Instagram Ads, el 1,4% lo hace en Twitter Ads, Youtube Ads, Google Ads, el 44,4% no invierte en plataformas digitales.

Talento Humano

A la consulta de si su emprendimiento cuenta con un responsable de manejar los medios digitales, el 40% manifestó que no cuenta con un responsable. De este grupo el 45,8% señala que no estaría dispuesto/a a contratar ese servicio, en tanto un 33,3 % expone la predisposición de incluir talento humano en la organización y 20,8% hacerlo de manera tercerizada.

El 34% señaló que el manejo de medios digitales de su emprendimiento, es administrado por su persona como propietario/a, el 24,3% es realizado por una persona de la organización asignada a

esa tarea, el 2,9 % terceriza ese servicio a una persona y/o agencia contratada para esa actividad.

Herramientas digitales

La imagen empresarial es esencial en el impacto que pueden generar en el diseño de estrategias de marketing, a lo que Bohórquez Aponte, (2021) menciona que se convierte en un mecanismo de planificación cada vez más entrelazado a la marca y la imagen que genera.

"Según Capriotti, la imagen corporativa es importante para que la marca ocupe un espacio en la mente del público, es decir, que esta empresa o producto exista en la mente del consumidor" (Untel Universidad , 2021).

El 80,3% menciona que dispone de una imagen de identidad de su emprendimiento, en tanto un 19,7 no dispone.

Entre los medios audiovisuales aprovechados para transmitir mensajes a su audiencia y potenciales clientes, en una de selección de opciones múltiples, el 93% seleccionó fotografías, el 64,8% videos, 38% diseño de afiches, 23,9% textos para blog, persuasivos o de valor, sólo el 7% no utiliza ninguna de las mencionadas.

Formación

El 83,1% expone que la empresa no cuenta con un plan de formación y/o capacitación en aspectos relacionados a la gestión digital del emprendimiento, frente a un 16,9% que si dispone.

67, 1% manifiesta predisposición a participar en campamentos de formación virtual intensivos en áreas similares a las consultadas en el diagnóstico, y se han sugerido los siguientes temas para el abordaje:

Charlas informativas sobre marketing digital. Imagen, sonido, proyección. Uso de Herramientas digitales. Redes sociales. Como realizar las ventas digitales. Como hacer una cuenta especial para el emprendimiento en la red social Facebook. Herramientas útiles para los diseños turísticos. Sistemas para para obtener los datos de clientes, que no necesite Internet. Como sacar el mejor provecho de las redes sociales, el manejo de cada red y como medir el alcance. Marketing para ventas. Formación de talento humano para la atención al cliente. Canales adecuados de publicidad. Segmentación, Pautas Ads, Utilización de datos estadísticos de medición. Reserva electrónica. Establecer niveles de formación de una misma temática desde básico, medio y avanzado. Formar con ejemplos sencillos y mostrar la llegada de cada elemento con ejemplos reales. Las capacitaciones deberían tener contenidos que sean fáciles de interpretar. El uso de un lenguaje de fácil comprensión es importante en toda capacitación. Uso de pasarelas de pago (medios de pagos digitales). Creación de tiendas virtuales que puedan vincularse a las redes sociales. Plataformas o programas para edición de imágenes publicitarias. Atención al cliente por medios digitales. Configuración adecuada de la publicidad paga Facebook, Google, etc. Aprender a emprender virtualmente.

La técnica Delphi

Se evidenció un alto grado de consenso entre los expertos sobre los resultados del diagnóstico aplicado a los gestores y prestadores de servicios turísticos - culturales participantes.

Indican que tanto las fortalezas como las debilidades detectadas, reflejan en gran medida la realidad de la población objeto de estudio.

Surge la necesidad de incluir talleres sobre ofimáticas: el manejo básico de Word, Excel, Power Point en atención a que es una capacidad que aún se encuentra limitada y su fortalecimiento es vital en el proceso de la gestión del emprendedor turístico - cultural.

La principal barrera que podría dificultar la implementación de estrategias digitales en el sector hace referencia a la calidad de conexión a internet en las zonas rurales.

Manifiestan percibir una actitud positiva en los gestores turísticos y culturales en relación a la implementación de acciones hacia la transformación digital, que, si bien es desconocido por muchos, existe buena predisposición para el aprendizaje.

Con la intención de fortalecer competencias para emprender con visibilidad digital, la institución gubernamental encargada de la gestión del turismo en Paraguay se encuentra generando una plataforma de reservas para posadas turísticas, con informaciones sobre pagos, servicios, fotografías, etc.

1.2 Plan de Intervención Educativa - Introducción a las competencias digitales

Justificación

La elaboración de los contenidos de este programa de formación se realizó en base a los resultados obtenidos del diagnóstico que tuvo como objetivo recabar información que permitió tener un

panorama más acabado sobre las reales necesidades del capital humano en torno a las competencias digitales requeridas para desarrollar acciones comerciales competitivas en el sector cultural y turístico.

El diagnóstico fue desarrollado mediante el uso de técnicas mixtas, tales como un cuestionario aplicado a prestadores de servicios del sector cultural y el turismo y la técnica del método delphi que involucró la participación de referentes expertos del sector con el fin de obtener un consenso sobre los datos obtenidos y la propuesta de formación.

Glasinovic (2020), expone que diversos análisis señalan que las habilidades más importantes a desarrollar en esta coyuntura se encuentran el marketing digital y el comercio electrónico, industria que se ha visto fortalecida ante el confinamiento.

La Comisión Europea define la competencia digital como:

"el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes, estrategias y concienciación que el uso de las TIC y de los medios digitales requiere para realizar tareas, resolver problemas, comunicar, gestionar la información, colaborar, crear y compartir contenidos y generar conocimiento de forma efectiva, eficaz, adecuada, crítica, creativa, autónoma, flexible, ética, reflexiva para el trabajo, el ocio, la participación, el aprendizaje, la socialización, el consumo y el empoderamiento".

En definitiva, ser digitalmente competente requiere de un conjunto de saberes, habilidades, actitudes y estrategias que permitan

lograr los objetivos relacionados con el trabajo, el uso del tiempo libre, el aprendizaje, actividades de participación social.

El Marco de Competencia Digital Europea, DigComp, que identifica 21 competencias digitales clasificadas en 5 áreas.

Área	Competencias
Alfabetización en información y datos. Consiste en la capacidad para identificar, localizar, recuperar, almacenar, organizar y analizar la información digital, evaluando su finalidad y relevancia. Se descompone en tres competencias	1.1. Navegar, buscar y filtrar información 1.2.Evaluar la información 1.3.Almacenar y recuperar la información
Comunicación y colaboración. Capaz de comunicar en entornos digitales, compartir recursos a través de herramientas en línea, conectar y colaborar con otros a través de herramientas digitales, interactuar y participar en comunidades y redes	2.1.Interactuar mediante nuevas tecnologías 2.2.Compartir información y contenidos 2.3.Participación ciudadana en línea 2.4.Colaborar mediante canales digitales 2.5. Netiqueta 2.6. Gestión de la identidad digital
Creación de Contenidos digitales	3.1.Desarrollo de contenidos 3.2.Integrar y reelaborar

Crear y editar contenidos nuevos (textos, imágenes, videos), integrar y reelaborar conocimientos y contenidos previos, realizar producciones artísticas, contenidos multimedia y programación informática, saber aplicar los derechos de propiedad intelectual y las licencias de uso.	3.3.Derechos de autor y licencias 3.4. Programación.
Seguridad Capaz de usar las TIC sin olvidar la protección personal, la protección de datos, la protección de la identidad digital, hacer un buen uso de seguridad, un uso seguro y sostenible.	4.1. Protección de dispositivos 4.2.Protección de datos personales e identidad digital 4.3. Protección de la salud 4.4. Protección del entorno

Fuente: Elaboración propia en base al Marco de Competencia Digital Europea, DigComp.

En la actualidad el uso de la tecnología está inserto prácticamente en todos los aspectos del que hacer (compras on line, reservas, ubicaciones, desplazamientos, facturaciones, consultas, capacitaciones etc) por lo que es imprescindible adquirir competencias digitales necesarias y permanecer actualizado conforme se desarrollen los avances tecnológicos y los requerimientos de la sociedad.

Objetivos del plan de formación

- ✓ Promover el desarrollo de competencias digitales de prestadores de servicios de la Industria cultural y el Turismo.
- ✓ Dinamizar las iniciativas de emprendedores paraguayos del sector cultural y turístico mediante el uso de las TICS.

Metodología

Se plantea la creación de un "Hub de emprendimientos creativos", este se reconoce como un "espacio donde los emprendedores trabajan juntos, colaboran y forman una comunidad" (BBVA, 2020).

La misión de los 'hubs' es unir a las personas, conseguir que generen sinergias e impulsarles en su avance a través de charlas, talleres, laboratorios de innovación, etc. No son un conjunto de oficinas al uso. Más bien, comprenden un espacio diseñado para que los emprendedores trabajen en un lugar atractivo e interactúen con el resto de los usuarios. (BBVA, 2020).

Las capacitaciones a través de la metodología bootcamp virtual, serán entrenamientos intensivos y de corta duración, que, a través del proceso formativo centrado en la práctica, en el aprender haciendo y con una metodología de enseñanza intensiva (Trendtic, 2020), la metodología bootcamp, cambia la forma de entrenar a las personas, articulando métodos activos de enseñanza como el

aprendizaje basado en problemas, ejercitación, desarrollo de productos, entre otros. (Richard, 2020).

Este campamento virtual de entrenamiento en competencias digitales (Bootcamp) desarrollará en una secuencia específica, dos tipos principales de actividades:

Actividades sincrónicas: Contempla sesiones de 90 a 120 minutos vía videoconferencias con integrantes del equipo de investigación y expertos.

Actividades asincrónicas: El participante encontrará en la plataforma recursos complementarios que sobre los puntos analizados. (Videos, textos, enlaces web, entrevistas, ejercicios, etc.), haciendo uso de la plataforma virtual Moodle HUB DE EMPRENDIMIENTOS CREATIVOS. Todas las actividades de entregas propuestas en el Bootcamp serán necesarias para concluir con un exitoso proceso de aprendizaje.

El participante del Bootcamp, tendrá la posibilidad de optar asistir a la actividad sincrónica de su interés, o en su defecto desarrollarlo de manera asíncrona.

En el proceso de inscripción por medio de un breve autodiagnóstico se solicitará al participante indicar su nivel de uso de herramientas tecnológicas con el que inicia el campamento.

La interacción es importante para el proceso de formación, por lo que el bootcamp promoverá espacios de diálogos en las conexiones sincrónicas, así como por medio de foros temáticos que serán habilitados en la plataforma.

Foro Informativo: Se publicarán informaciones generales sobre los temas a desarrollarse, comunicaciones de interés para los participantes.

Foro Social: A menudo llamados Cafés Virtuales' o 'Salas Comunes": Es un espacio informal que se utiliza para que los participantes puedan darse a conocer, presentarse e intercambiar experiencias pasatiempos etc.

Como cierre del entrenamiento se llevará a cabo una feria virtual de emprendedores, permitiendo a los participantes establecer contactos, encontrar alianzas, inversores e intercambiar conocimientos, demostrando las habilidades adquiridas en el proceso de formación mediante presentaciones pitch.

Así también, durante el campamento se aplicarán evaluaciones a los participantes a fin de certificar que hayan adquirido las habilidades necesarias.

Dicho espacio innovador, creativo, orientado a la puesta en acción promoverá de manera dinámica y rica en experiencias, conocimientos digitales a través del uso intensivo de la tecnología y las dinámicas de networking que favorecen sinergias, encaminados a mejorar las competencias y capacidades en la gestión del marketing digital, e-commerce de emprendedores del sector cultural y el turismo quienes podrán visibilizar sus productos y servicios, ofreciéndoles de una manera más competitiva e innovadora.

Duración

El programa de Formación “Introducción a las Competencias Digitales”, se desarrollará a través de la metodología bootcamp, haciendo uso de las plataformas virtuales Moodle y Zoom, del 9 al 31 de agosto. Con una carga horaria total de 70 horas reloj, distribuidos en actividades sincrónicas y asincrónicas.

Público objetivo

Esta capacitación, está dirigida a prestadores de servicios del sector turismo y cultural, estudiantes universitarios de Universidades Públicas y Privadas del Paraguay interesados en incursionar en el sector cultural y turístico, quienes deberán registrarse en un formulario de inscripción.

Forma de participación

El Bootcamp es de acceso gratuito. Los interesados deberán inscribirse en forma on line accediendo a un formulario que será difundido por los diversos medios de comunicación, publicado en las páginas web y redes sociales de las instituciones coordinadoras y de los patrocinantes del proyecto (SENATUR, CONAMU, Conservatorio de Música Sofía Mendoza, Secretaria Departamental Cultura y Turismo de la Gobernación de Ñeembucú y la Dirección de Educación, Cultura, Turismo y Deporte de la Municipalidad de Pilar).

Recibida la inscripción, el equipo coordinador remitirá al correo electrónico del participante, el enlace permanente para las conexiones sincrónicas del zoom, el programa general del Bootcamp,

así como su usuario y contraseña para acceder al aula virtual del Hub Creativo.

Programa del plan de formación - Actividades sincrónicas

Cada uno de los talleres del programa de formación serán desarrollados de manera sincrónica por medio de la plataforma Zoom, acompañados de actividades complementarias de manera asincrónica en el aula virtual del Hub creativo https://www.utic.edu.py/v7/hub.creativo.utic/ , donde el participante tendrá a su disposición materiales de apoyo y una evaluación referente al contenido desarrollado.

Taller N° 1: Aprender a emprender digitalmente

Fecha: lunes 09 de agosto

Hora: 19:00

Facilitador/a: Edgar Ortellado

Contenidos:

- ✓ ¿Por qué emprender digitalmente?
- ✓ Empezar a pensar en un emprendimiento virtual
- ✓ Inversión inicial menor para el emprendedor
- ✓ Internet en Paraguay
- ✓ ¡Quiero emprender! ¿Por dónde comienzo?
- ✓ Reconocer el problema que deseo resolver o la necesidad que busco satisfacer.
- ✓ ¿A quiénes vender?

- ✓ Segmentos de clientes
- ✓ Propuesta de valor
- ✓ Establecer Metas
- ✓ Estrategias

Taller N° 2: Campañas en Redes Sociales

Fecha: Martes 10 de agosto

Hora: 08:00

Facilitador/a: Daniela Bernachea

Contenidos:

- ✓ Marketing Digital: Facebook + Instagram
- ✓ Ecommerce
- ✓ Comportamiento de los usuarios
- ✓ Gestión de marca. Contenido y Diseño
- ✓ La importancia de un buen logo
- ✓ Como combinar imágenes con palabras
- ✓ Como combinar letras
- ✓ Tips para fotografía de productos
- ✓ Programación de contenidos a publicar: Entretener, Informar, Promocionar, Conversar
- ✓ ¿Qué publicar? ¿Cuándo y cómo publicar?
- ✓ Tips para Instagram

Taller N° 3: ¿Cómo hacer fotografías desde el celular? - Parte I

Fecha: Martes 10 de agosto

Hora: 16:00

Facilitador/a: Junior Román

Contenidos:

- ✓ ¿Qué sabemos de fotografía?
- ✓ ¿Porqué y qué nos gusta fotografiar?
- ✓ ¿Qué tipo de fotografías conocemos?
- ✓ ¿Con qué otras materias se pueden o se relaciona la fotografía?
- ✓ ¿Qué es la fotografía?
- ✓ ¿Qué es el Arte?
- ✓ ¿Cómo se construye la fotografía?
- ✓ ¿Cómo sale a la luz una fotografía?
- ✓ Creatividad

Taller N° 4: Innovación Emprendedora

Fecha: Martes 10 de agosto

Hora: 19:00

Facilitador/a: Edgar Ortellado

Contenidos:

- ✓ ¿Qué es innovar?

- ✓ Tipos de innovación
- ✓ Establecer metas
- ✓ Estrategias de crecimiento

Taller N° 5: WhatsApp - ¿Cómo hacer presentaciones pitch?

Fecha: Miércoles 11 de agosto

Hora: 08:00

Facilitador/a: Daniela Bernachea

Contenidos:

- ✓ WhatsApp Vs. WhatsApp Business
- ✓ Beneficios de WhatsApp Business
- ✓ Comenzar con WhatsApp Business
- ✓ Informaciones del Perfil
- ✓ Crear un catálogo de productos
- ✓ Lista de difusión
- ✓ Programar mensajes predeterminados
- ✓ Estrategia básica para vender en WhatsApp Business
- ✓ Estrategia básica para vender en WhatsApp Business
- ✓ Tips para sacar mayor provecho
- ✓ Pasos para armar tu pitch de presentación

Taller N° 6: Ofimática: Word para emprendedores (Nivel Introductorio)

Fecha: Miércoles 11 de agosto

Hora: 16:00

Facilitador/a: Lourdes Sánchez

Contenidos:

- ✓ Introducción a Microsoft Word 2010
- ✓ Creación de un documento
- ✓ Escribir el documento
- ✓ Guardar documentos
- ✓ Manipulación de texto
- ✓ Revisión de documento
- ✓ Mejorar la presentación
- ✓ Remover, repetir y copiar formatos
- ✓ Otras herramientas
- ✓ Personalizar Word
- ✓ Plantillas
- ✓ Configuración para imprimir documento.

Taller N° 7: Tutoría para la producción de presentaciones pitch

Fecha: Lunes 16 de agosto

Hora: 08:00

Facilitador/a: Daniela Bernachea

Contenidos:

- ✓ Apps para la creación y edición de videos

Taller N° 8: Herramientas de diseño para Redes Sociales

Fecha: Lunes 16 de agosto

Hora: 16:00

Facilitador/a: Ruth Zorrilla

Contenidos:

- ✓ Programas y App´s de diseño Free
- ✓ Programas en la Web
- ✓ Reels de Instagram
- ✓ Línea gráfica
- ✓ Facilidad para el cliente potencial
- ✓ Consejos para mejorar nuestros diseños
- ✓ Realizar un esquema básico en papel
- ✓ Alineación de los elementos
- ✓ Tipografías con buena legibilidad
- ✓ Paletas de colores

Taller N° 9: Maneras de potenciar tu emprendimiento cultural

Fecha: Lunes 16 de agosto

Hora: 19:00

Facilitador/a: Fran Silva

Contenidos:

- ✓ Plataformas streaming
- ✓ Maneras de potenciar tu emprendimiento musical
- ✓ Licencias sobre Covers

Taller N° 10: Especificaciones de contenidos para Redes Sociales – Copy

Fecha: Martes 17 de agosto

Hora: 08:00

Facilitador/a: Daniela Bernachea

Contenidos:

- ✓ Anatomía de una biografía de Instagram perfecta
- ✓ Anatomía del post de Facebook
- ✓ Anatomía del post de Instagram
- ✓ Hashtag
- ✓ Consejos para redactar un Copy
- ✓ Temas de interés actuales
- ✓ Neuromarketing
- ✓ Lectura recomendada

Taller N° 11: ¿Cómo hacer fotográficas desde el celular? – Parte II

Fecha: Martes 17 de agosto

Hora: 16:00

Facilitador/a: Junior Román

Contenidos:

- ✓ ¿Qué es la composición?
- ✓ ¿Qué es componer?
- ✓ Poner el ojo en la cámara
- ✓ Lo que quedará y lo que se desechará
- ✓ Regla de los Tercios
- ✓ Retratos
- ✓ Ley de la mirada
- ✓ Paisajes o Regla del horizonte
- ✓ Cuando no hace falta usar la Regla
- ✓ Líneas y figuras geométricas
- ✓ Puntos de Fuga
- ✓ Perspectivas
- ✓ Simetría
- ✓ Reflejos
- ✓ Ángulos de la fotografía
- ✓ Ángulo normal
- ✓ Ángulo picado
- ✓ Ángulo contrapicado

- ✓ Ángulo cenital
- ✓ Ángulo Nadir
- ✓ Planos
- ✓ Detalle o primer primerísimo plano
- ✓ Textura

Taller N° 12: Como llegar al cliente y fans - Estrategias orgánicas de publicación en Redes Sociales

Fecha: Miércoles 18 de agosto

Hora: 08:00

Facilitador/a: Daniela Bernachea

Contenidos:

- ✓ Cuentas: Fan Page, Marketplace
- ✓ Público objetivo
- ✓ Imagen de marca
- ✓ Colores institucionales
- ✓ Estilos gráficos
- ✓ Coherencia online y offline
- ✓ Posteos
- ✓ Formatos de posteos
- ✓ Conectar WhatsApp en el Facebook
- ✓ Tips
- ✓ Características principales
- ✓ Tienda Facebook e Instagram

- ✓ Algoritmo
- ✓ Tips para administrar
- ✓ Límites
- ✓ ¿Qué es más importante?

Taller N° 13: Ofimática: Power Point para emprendedores (Nivel Introductorio)

Fecha: Miércoles 18 de agosto

Hora: 16:00

Facilitador/a: Lourdes Sánchez

Contenidos:

- ✓ Utilidades de las presentaciones en nuestro entorno de trabajo
- ✓ Como crear una presentación con Power Point
- ✓ Las distintas vistas de Power Point
- ✓ Trabajando con Power Point
- ✓ Ejemplos de huecos de colocación de diseño
- ✓ Cómo organizar las diapositivas en la vista clasificador de diapositivas
- ✓ Como contraer y expandir diapositivas en la vista Esquema
- ✓ Como imprimir una presentación
- ✓ Como diseñar una presentación con power point
- ✓ Como agregar animación y transición a una diapositiva

- ✓ Como agregar botones de acción
- ✓ Publicar en la Web

Taller N° 14: Tutoría para la producción de presentaciones pitch

Fecha: Lunes 23 de agosto

Hora: 08:00

Facilitador/a: Daniela Bernachea

Contenidos:

- ✓ Apps para la creación y edición de videos

Taller N° 15: Gestión de la Marca Empresa y Marca Personal

Fecha: Lunes 23 de agosto

Hora: 16:00

Facilitador/a: Ruth Zorrilla

Contenidos:

- ✓ ¿Qué es la Marca Personal y Marca Corporativa?
- ✓ Marca Personal/Personal Branding
- ✓ Influencer
- ✓ Marca Corporativa
- ✓ ¿Qué utilizar en redes sociales Marca personal o corporativa?

- ✓ Etapas del ciclo de compra
- ✓ ¿Qué es el email marketing y cómo te puede ayudar?
- ✓ Tipos de correo electrónico: Emails ocasionales; Emails automatizados
- ✓ Sistema de captación de correos de clientes potenciales
- ✓ SEO vs SEM
- ✓ ¿Qué es el SEO?
- ✓ ¿Qué es el SEM?

Taller N° 16: Maneras de llegar al cliente y fans – Pautas ADS (Facebook)

Fecha: Martes 24 de agosto

Hora: 08:00

Facilitador/a: Daniela Bernachea

Contenidos:

- ✓ Facebook, la red de redes
- ✓ ¿Qué anuncio?
- ✓ Diseño
- ✓ Pautar publicaciones
- ✓ ¿Cómo empiezo?
- ✓ Tipos de anuncios
- ✓ ¿Qué es Facebook ADS?
- ✓ ¿Qué necesito para empezar?
- ✓ Crear el anuncio

- ✓ Editar
- ✓ Versión de anuncio para Móvil
- ✓ Instagram
- ✓ Tipos de publicidad
- ✓ Presupuesto

Taller N° 17: Taller de diseño de Flayer y logotipos desde el celular

Fecha: Martes 24 de agosto

Hora: 16:00

Facilitador/a: Junior Román

Contenidos:

- ✓ Aprender a usar la herramienta
- ✓ Aplicaciones más utilizadas
- ✓ Taller práctico de diseño de flayer

Taller N° 18: Control de rendimientos que genera su publicidad

Fecha: Miércoles 25 de agosto

Hora: 08:00

Facilitador/a: Daniela Bernachea

Contenidos:

- ✓ Herramientas de análisis de métricas

- ✓ ¿Cómo evalúo?
- ✓ Métricas básicas
- ✓ ¿Qué son los KPIS?
- ✓ ¿Qué buscamos? Tabla de métricas en redes sociales
- ✓ Tabla de resultados

Taller N° 19: Ofimática: Excel para emprendedores (Nivel Introductorio)

Fecha: Miércoles 25 de agosto

Hora: 16:00

Facilitador/a: Lourdes Sánchez

Contenidos:

- ✓ Elementos de Excel
- ✓ ¿Qué es y para qué sirve Excel 2010?
- ✓ Conceptos de Excel
- ✓ Operaciones con archivos -Guardar un libro de trabajo
- ✓ Manipulando celdas: Selección de celdas; Añadir a una selección; Ampliar o reducir una selección
- ✓ Los datos: Eliminar filas duplicadas; La validación de datos
- ✓ Las funciones: Introducir funciones; Autosuma y funciones más frecuentes
- ✓ Cambios de estructura. Fuente; Alto de fila; Autoajustar
- ✓ Insertar y eliminar elementos; Insertar filas en una hoja; Insertar columnas en una hoja
- ✓ Corrección ortográfica

- ✓ Impresión

Feria virtual de emprendimientos creativos

Fecha: Martes 31 de agosto

Hora: 09:00

Objetivo: Generar un espacio en donde los participantes del Bootcamp puedan dar a conocer sus emprendimientos mediante la innovadora metodología pitch de presentación.

Se establecen dos modalidades de participación: Entrevista – Video

Para la producción del evento los interesados a asistir en calidad de feriantes modalidad video, deberán entregar un material audiovisual al equipo coordinador, el cual deberá estar elaborado haciendo uso de las técnicas abordadas en el campamento.

Este evento será transmitido por medio de la plataforma zoom y retransmitida en vivo por las redes sociales de la Facultad de Ciencias, Tecnologías y Artes y la Universidad Tecnológica Intercontinental, así también luego quedarán disponibles en el sitio web del Hub Creativo.

Sistema de evaluación y certificación

Serán administradas evaluaciones continuas durante el campamento. El nivel mínimo de rendimiento es del 60%, cuyo logro permitirá la emisión de un certificado de participación, donde se

constará la cantidad de horas reloj de asistencia. El mismo será remitido al correo de cada participante.

Recursos humanos

El programa de Formación "Introducción a las competencias digitales", tiene como coordinadores a los investigadores del proyecto BPIN 20 "Fortalecimiento de competencias digitales de prestadores de servicios de la Industria cultural y el Turismo, mediante la creación de un hub de emprendimientos creativos y la aplicación de la metodología bootcamp virtual", quienes acompañados por un grupos de profesionales expertos de los contenidos desarrollados, brindarán tutoría a los participantes del programa de formación.

Biografía resumida de los Facilitadores externos:

Lourdes Sánchez: Lic en Análisis de Sistemas, Magíster en Ciencias de la Educación, Magíster en Salud Pública, Tesinanda Doctorado En Ciencias de la Educación, Tesinanda Maestría en Informática y Computación.

Edgar Ortellado: Licenciado en Administración de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano Santiago - Chile, Post Grado en Management Estratégico de la Universidad de Belgrano Buenos Aires

Daniela Bernachea: Licenciada en Publicidad. Diplomada en Social Media y Community Manager.

Junior Román: Fotógrafo, emprendedor, educador popular, animador sociocultural y comunicador.

Ruth Zorrilla Licenciada en Marketing y Publicidad - Máster en Marketing Digital y Comercio Electrónico.

Francisco Silva: Manager de Artistas y Productor de eventos Musicales y culturales. Socio Fundador de IDS Music. Productor Manager de G5 Pro Paraguay.

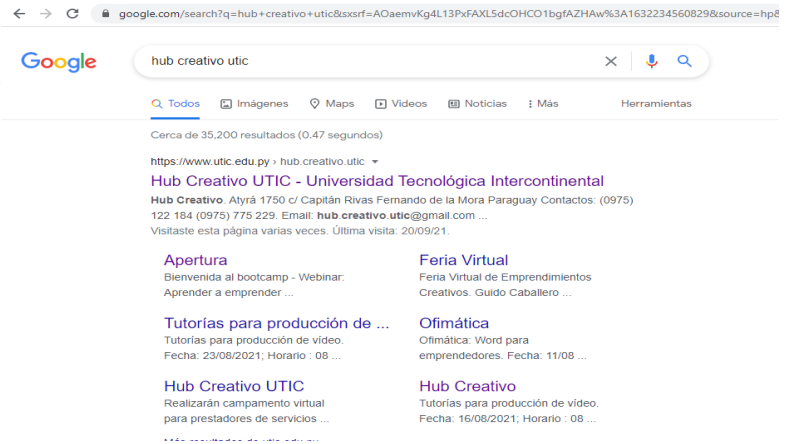
1.3 El desarrollo del bootcamp vitual

En el marco de la ejecución de la actividad denominada Bootcamp virtual "Introducción a las competencias digitales" y tomando como punto de partida el programa definido en el plan de formación, así como los objetivos del proyecto, se realizaron las siguientes acciones que se detallan en este reporte:

Configuración del hub creativo

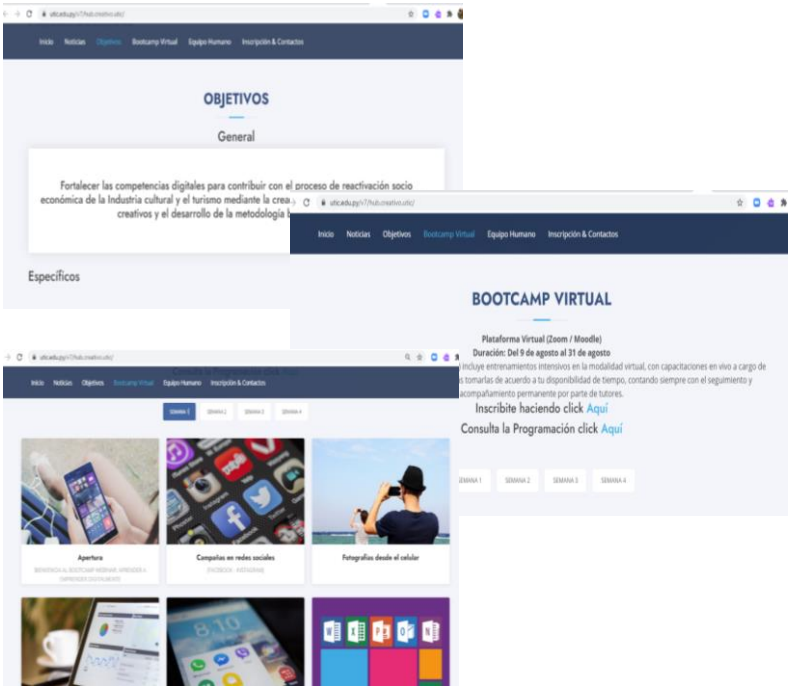
Se configura el sitio web del proyecto, como un sub dominio de la página web de la Universidad Tecnológica Intercontinental, con la denominación de "Hub Creativo".

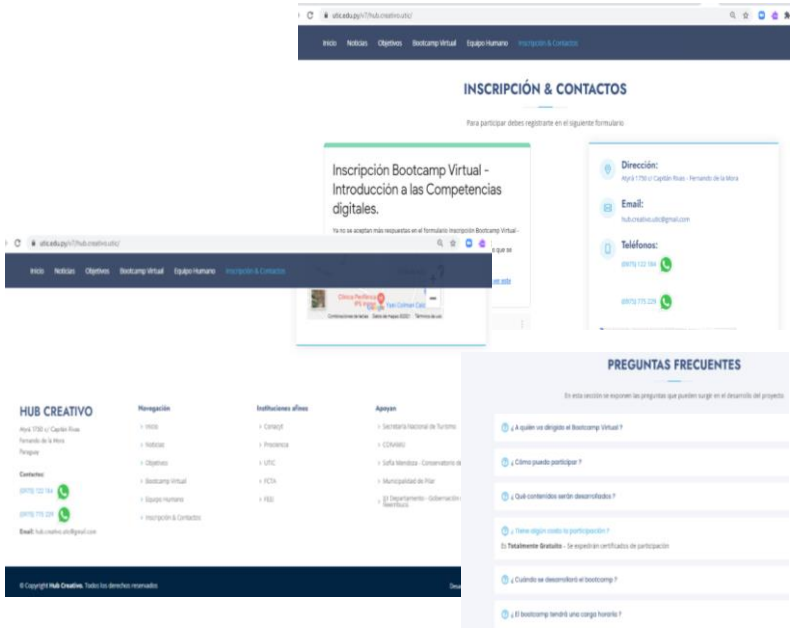
https://www.utic.edu.py/v7/hub.creativo.utic/





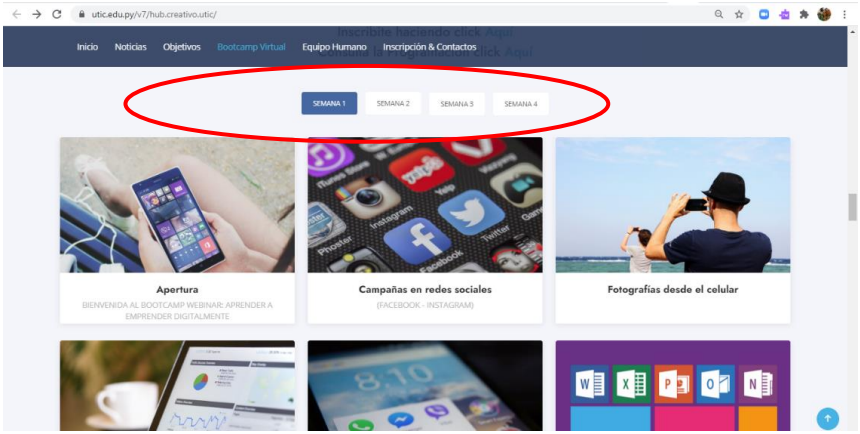
En el diseño del sitio se consideraron elementos que permiten la fácil navegación del usuario y su acceso a la información buscada. Se establecieron secciones y páginas internas.





Se ha destinado una sección independiente para cada taller del campamento, donde el participante dispone de una ruta de acceso al aula virtual (configurado en la plataforma Moodle), así también a la grabación de los encuentros sincrónicos y a los materiales utilizados.

Los talleres fueron organizados por semanas del campamento.





Configuración del aula virtual

La Plataforma e-Learning Moodle, del campus virtual de la UTIC, ha sido configurada para el desarrollo del Bootcamp virtual.

Fueron dados de alta en la plataforma a 383 participantes, con el rol de “estudiantes”

Dirección de acceso al aula: https://uticvirtual.ucampus.edu.py/login/index.php

Usuario: Número de cédula del participante

Contraseña: Utic@2021

https://uticvirtual.ucampus.edu.py/ .

En el aula virtual, se establecieron 20 secciones particulares, uno de información general, donde se especificaron detalles del curso y los foros respectivos, así también uno para cada taller y/o actividad prevista en el plan de formación, los cuales han sido organizados en

tres momentos: (momento de inicio, momento de desarrollo, momento de cierre).

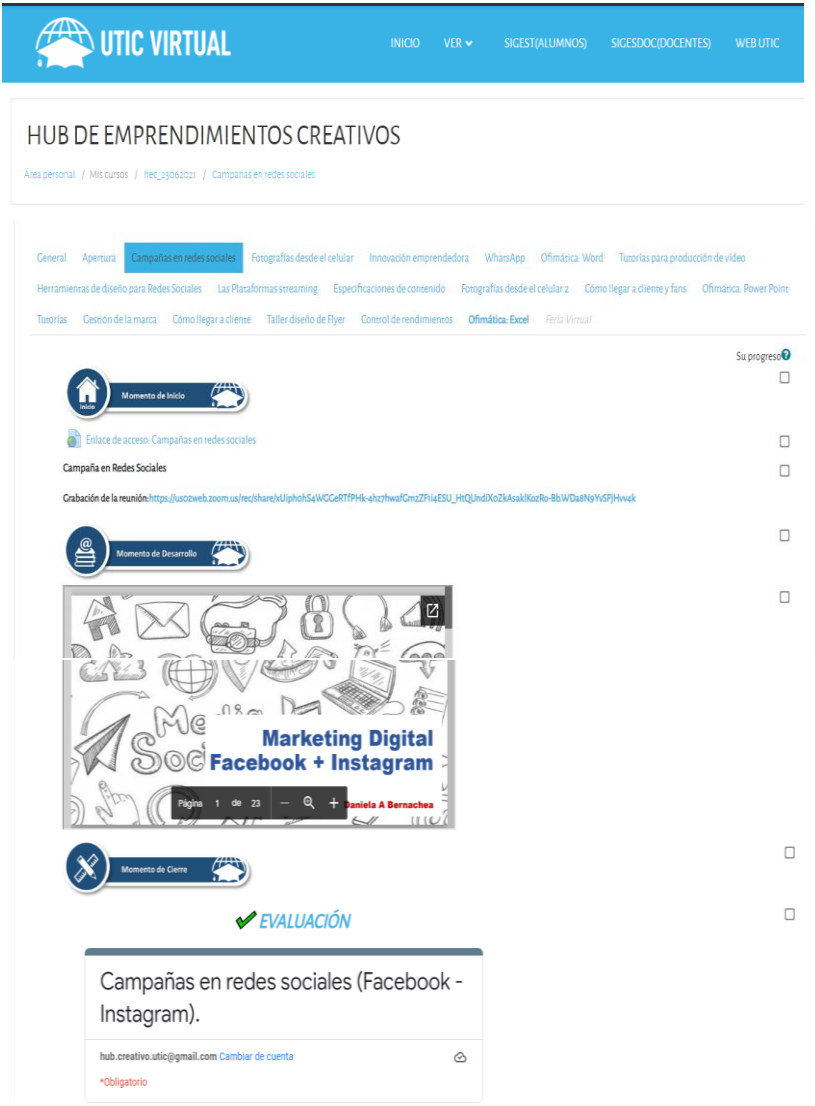
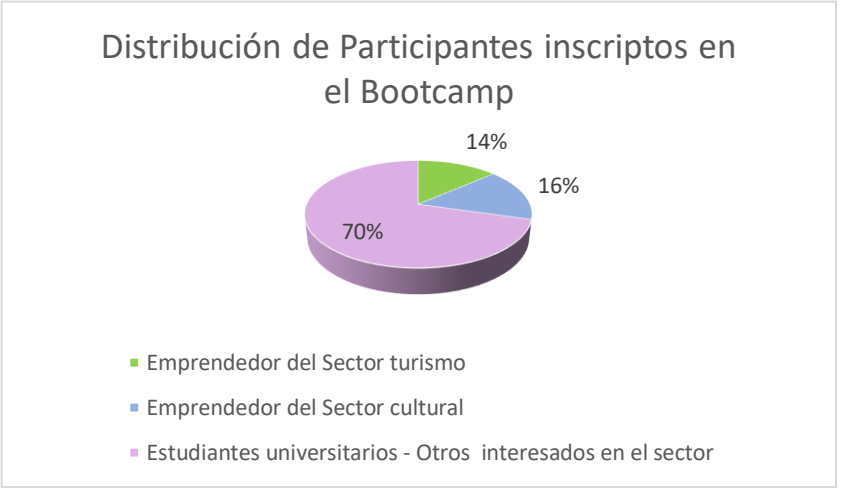


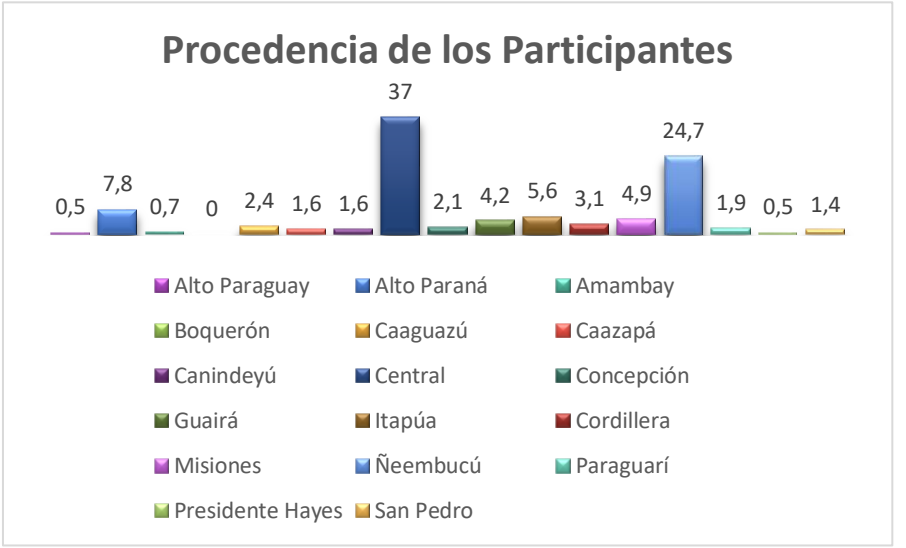
Ilustración 4 Aspecto de diseño de configuración del Aula Virtual

Inscripción de participantes.

A través de un formulario on line, difundido por diferentes medios masivos de comunicación, se ha recibido la inscripción de 383 interesados, constituidos por personas emprendedoras del sector turismo y cultura, así como por estudiantes universitarios y otros interesados en la gestión de estos sectores de la economía, de diferentes puntos del país.



Fuente: Elaboración Propia en base al Cuestionario de inscripción on line del Bootcamp2021



Fuente: Elaboración Propia Elaboración Propia en base al Cuestionario de inscripción on line del Bootcamp2021

Plan de comunicación

Fueron elaborados una serie de materiales gráficos a los efectos de dar a conocer la actividad, publicados en diferentes momentos del desarrollo del Bootcamp (antes, durante y después).






"Fortalecimiento de competencias digitales de prestadores de servicios de la Industria Cultural y el Turismo, mediante la creación de un hub de emprendimientos creativos y la aplicación de la metodología bootcamp virtual"
BOOTCAMP VIRTUAL
(CAMPAMENTO VIRTUAL)
INTRODUCCIÓN A LAS COMPETENCIAS DIGITALES
Dirigido a: Prestadores de servicios del sector turismo y cultural, estudiantes universitarios de Universidades Públicas y Privadas del Paraguay interesados en incursionar en el sector cultural y turístico.
Plataforma Virtual zoom | moodle
Duración: Del 9 de agosto al 31 de agosto
Totalmente Gratuito - Se expedirán certificados de participación
Días: Lunes, Martes y Miércoles / Horarios: 08:00, 16:00 y 19:00 horas
Más informes: (0975) 122 184
https://www.utic.edu.py/v7/hub.creativo.utic/
Apoyan:


BOOTCAMP
2021
Introducción a las competencias digitales


"Fortalecimiento de competencias digitales de prestadores de servicios de la Industria cultural y el Turismo, mediante la creación de un hub de emprendimientos creativos y la aplicación de la metodología bootcamp virtual"
BOOTCAMP VIRTUAL
(CAMPAMENTO VIRTUAL)
INTRODUCCIÓN A LAS COMPETENCIAS VIRTUALES
Del 9 al 31 de Agosto del 2021
Facilitadores:
Lourdes Sánchez
Edgar Ortellado
Daniela Bernachea
Junior Román
Ruth Zorrilla
Fran Silva
Plataforma Virtual: zoom moodle
GRATUITO
Con Certificación
Invita y Organiza: Hub de emprendimientos creativos (BPIN20-208)


"Fortalecimiento de competencias digitales de prestadores de servicios de la Industria cultural y el Turismo, mediante la creación de un hub de emprendimientos creativos y la aplicación de la metodología bootcamp virtual"
BOOTCAMP VIRTUAL
(CAMPAMENTO VIRTUAL)
INTRODUCCIÓN A LAS COMPETENCIAS VIRTUALES
Facilitador:
Edgar Ortellado
Temas
Fecha
Hora
Aprender a emprender digitalmente
Lunes 09 de Agosto
19:15 hs
Innovación emprendedora - Estrategias de crecimiento
Martes 10 de Agosto
19:15 hs
Invita y Organiza: Hub de emprendimientos creativos (BPIN20-208)
Plataforma Virtual: zoom moodle
GRATUITO
Con Certificación


"Fortalecimiento de competencias digitales de prestadores de servicios de la Industria cultural y el Turismo, mediante la creación de un hub de emprendimientos creativos y la aplicación de la metodología bootcamp virtual"
BOOTCAMP VIRTUAL
(CAMPAMENTO VIRTUAL)
INTRODUCCIÓN A LAS COMPETENCIAS VIRTUALES
Facilitadora:
Daniela Bernachea
Temas
Fecha
Hora
Campañas en redes sociales (Facebook - Instagram)
Martes 10 de Agosto
8 a 10 hs
WhatsApp - Videos App para edición - Como hacer presentaciones pitch en 60 segundos
Miércoles 11 de Agosto
8 a 10 hs
Tutoriales para producción de video
Lunes 16 de Agosto
8 a 10 hs
Especificaciones de contenido para cada red social - Copy
Martes 17 de Agosto
8 a 10 hs
Cómo llegar al cliente y fans - Estrategias Orgánicas - Facebook
Miércoles 18 de Agosto
8 a 10 hs
Tutoriales para producción de video
Lunes 23 de Agosto
8 a 10 hs
Como llegar al cliente y fans - Pautas ADS - Facebook Segmentación y estrategias.
Martes 24 de Agosto
8 a 10 hs
Control de rendimientos que genera su publicidad.
Miércoles 25 de Agosto
8 a 10 hs
Invita y Organiza: Hub de emprendimientos creativos (BPIN20-208)
GRATUITO
Con Certificación

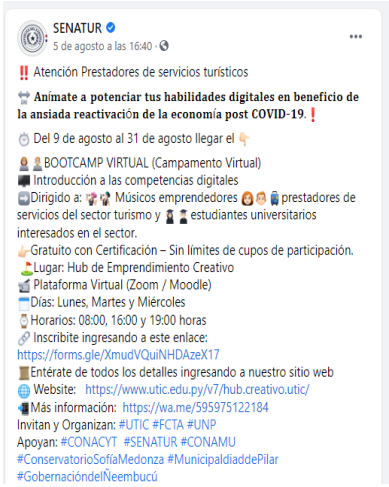

"Fortalecimiento de competencias digitales de prestadores de servicios de la Industria cultural y el Turismo, mediante la creación de un hub de emprendimientos creativos y la aplicación de la metodología bootcamp virtual"
BOOTCAMP VIRTUAL
(CAMPAMENTO VIRTUAL)
INTRODUCCIÓN A LAS COMPETENCIAS VIRTUALES
Facilitadora:
Lourdes Sánchez
Temas
Fecha
Hora
Ofimática: Word para emprendedores (Nivel Introductorio)
Miércoles 11 de Agosto
16 a 18 hs
Ofimática: Power Point para emprendedores (Nivel Introductorio)
Miércoles 18 de Agosto
16 a 18 hs
Ofimática: Excel para emprendedores (Nivel Introductorio)
Miércoles 25 de Agosto
16 a 18 hs
Invita y Organiza: Hub de emprendimientos creativos (BPIN20-208)
GRATUITO
Con Certificación

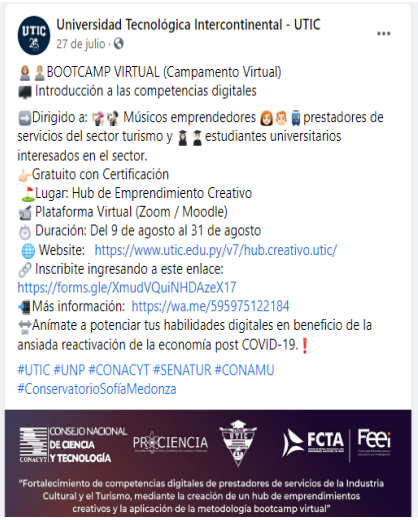

"Fortalecimiento de competencias digitales de prestadores de servicios de la Industria cultural y el Turismo, mediante la creación de un hub de emprendimientos creativos y la aplicación de la metodología bootcamp virtual"
BOOTCAMP VIRTUAL
(CAMPAMENTO VIRTUAL)
INTRODUCCIÓN A LAS COMPETENCIAS VIRTUALES
Facilitador:
Junior Román
Temas
Fecha
Hora
Fotografías desde el celular
Martes 10 de Agosto
16 a 18 hs
Fotografías desde el celular – Segunda Parte
Martes 17 de Agosto
16 a 18 hs
Taller diseño de Flyer y logotipos con el celular
Martes 24 de Agosto
16 a 18 hs
Invita y Organiza: Hub de emprendimientos creativos (BPIN20-208)
GRATUITO
Con Certificación


"Fortalecimiento de competencias digitales de prestadores de servicios de la Industria cultural y el Turismo, mediante la creación de un hub de emprendimientos creativos y la aplicación de la metodología bootcamp virtual"
BOOTCAMP VIRTUAL
(CAMPAMENTO VIRTUAL)
INTRODUCCIÓN A LAS COMPETENCIAS VIRTUALES
Conversatorio:
Maneras de potenciar tu emprendimiento musical y Plataformas streaming
Facilitador:
Fran Silva
Manager y Productor Músical
Lunes 16 de Agosto
19:00 hs
Invita y Organiza: Hub de emprendimientos creativos (BPIN20-208)
GRATUITO
Con Certificación

Estos materiales han sido difundidos en las páginas web y redes sociales de las instituciones coordinadoras y de los patrocinantes del proyecto.









https://www.conacyt.gov.py/invitan-emprendedores-sector-turismo-cultural-participar-campamento-virtual



https://cta.unp.edu.py/2021/08/05/prestadores-de-servicios-del-sector-turismo-y-cultural-participaran-de-un-bootcamp-virtual-%ef%bb%bf/



Desarrollo de los Talleres

A continuación, se exponen algunas imágenes del desarrollo sincrónico de los talleres del Bootcamp.

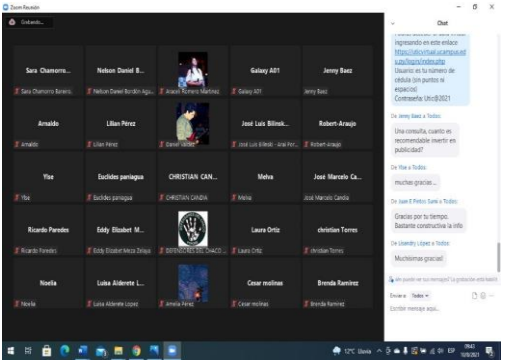
Taller N° 1: Aprender a emprender digitalmente



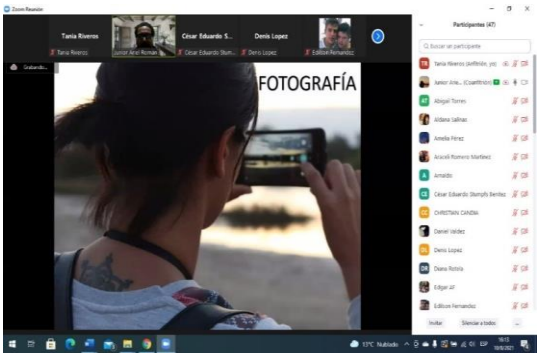


Taller N° 2: Campañas en Redes Sociales





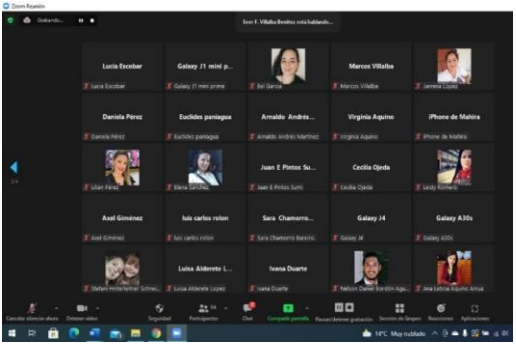
Taller N° 3: ¿Cómo hacer fotografías desde el celular? - Parte I



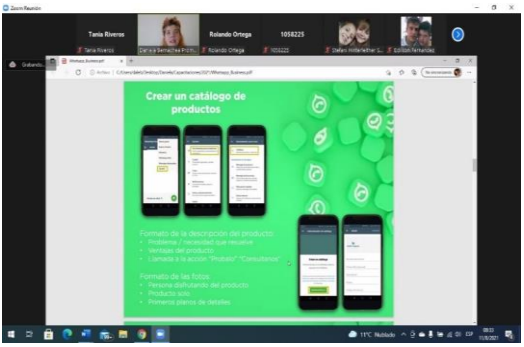


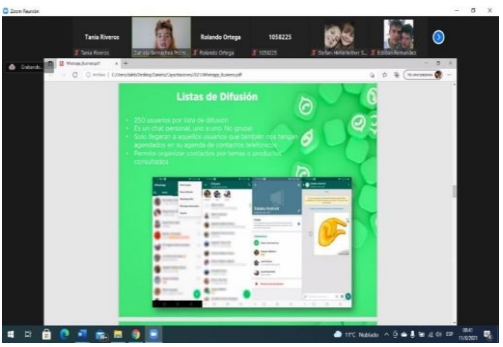
Taller N° 4: Innovación Emprendedora



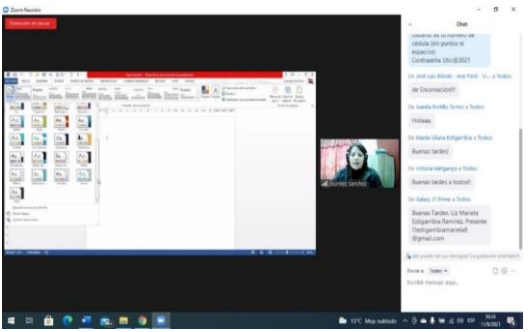


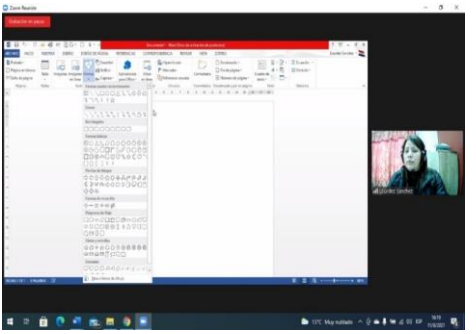
Taller N° 5: WhatsApp - ¿Cómo hacer presentaciones pitch?



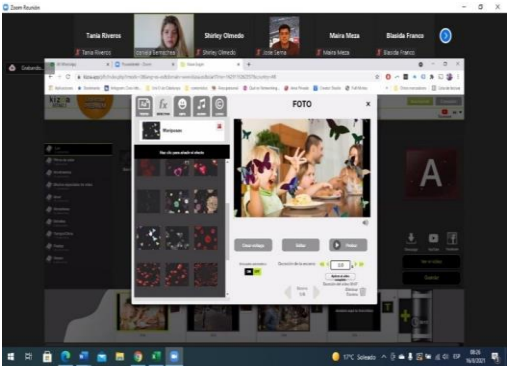


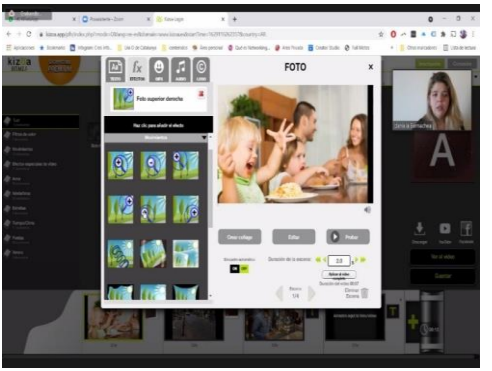
Taller N° 6: Ofimática: Word para emprendedores (Nivel Introductorio)





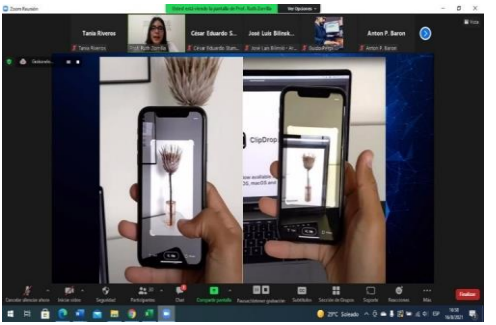
Taller N° 7: Tutoría para la producción de presentaciones pitch



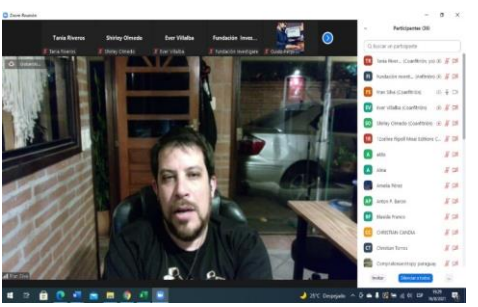


Taller N° 8: Herramientas de diseño para Redes Sociales



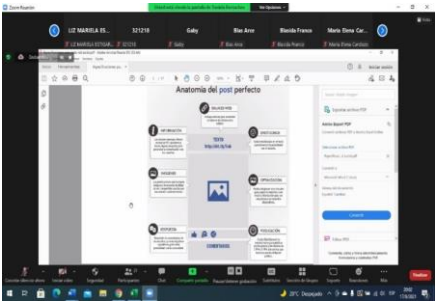


Taller N° 9: Maneras de potenciar tu emprendimiento cultural

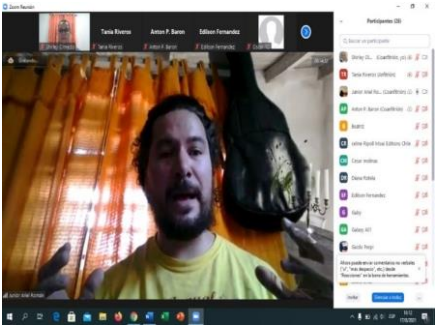
Taller N° 10: Especificaciones de contenidos para Redes Sociales – Copy





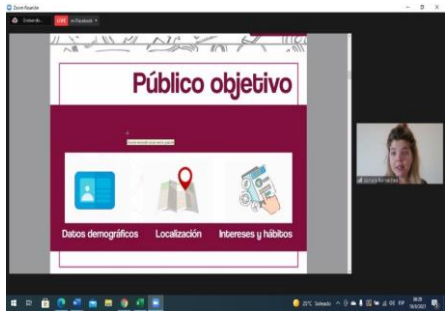
Taller N° 11: ¿Cómo hacer fotográficas desde el celular? – Parte II



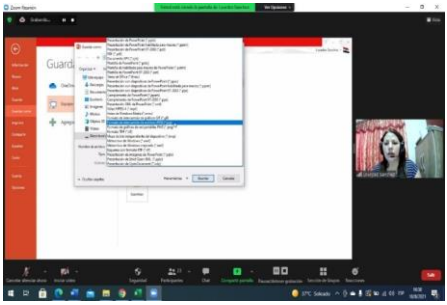


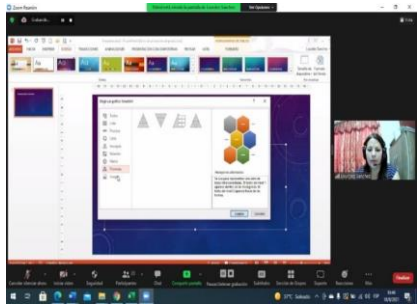
Taller N° 12: Como llegar al cliente y fans - Estrategias orgánicas de publicación en Redes Sociales



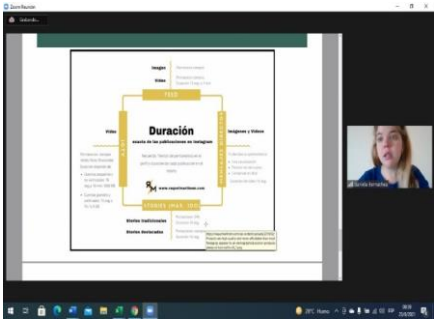


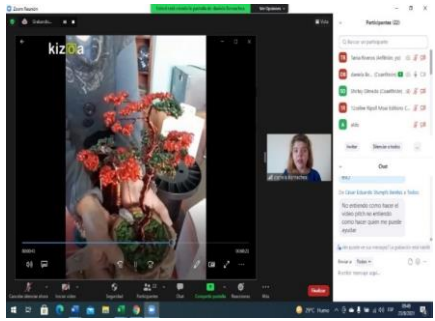
Taller N° 13: Ofimática: Power Point para emprendedores (Nivel Introductorio)



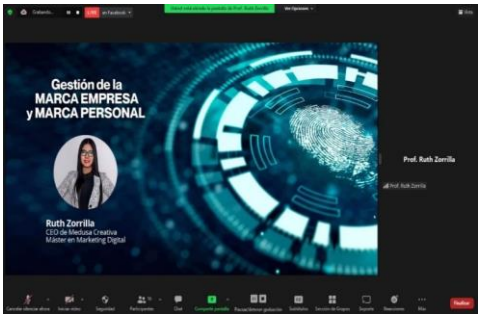


Taller N° 14: Tutoría para la producción de presentaciones pitch





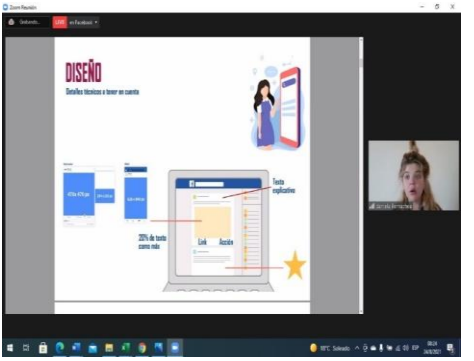
Taller N° 15: Gestión de la Marca Empresa y Marca Personal



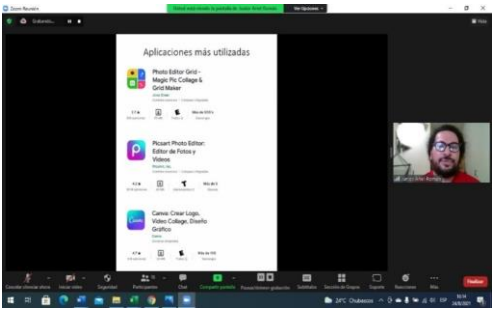


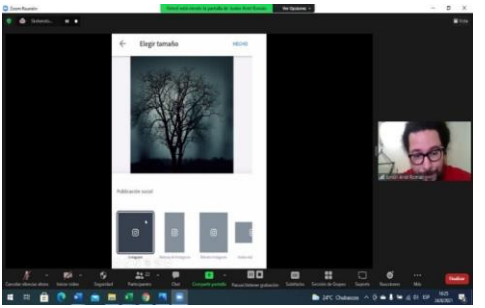
Taller N° 16: Maneras de llegar al cliente y fans – Pautas ADS (Facebook)



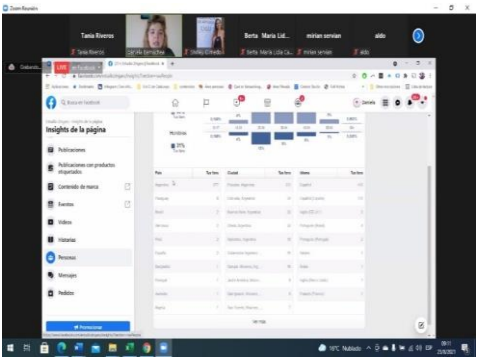


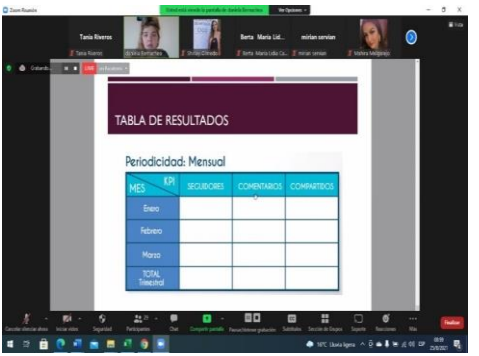
Taller N° 17: Taller de diseño de Flayer y logotipos desde el celular



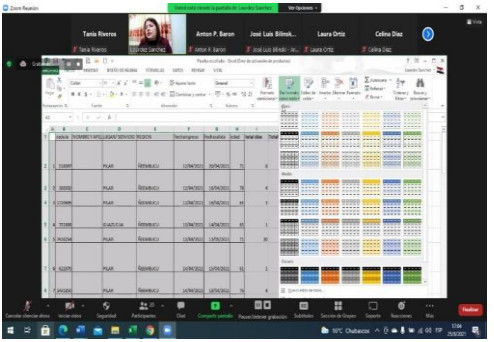


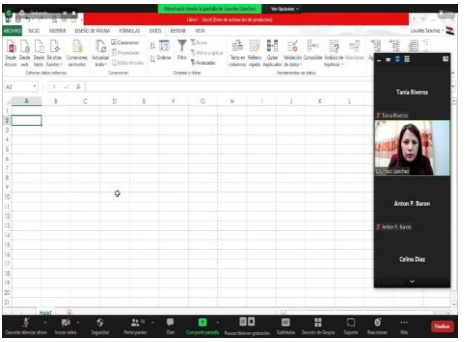
Taller N° 18: Control de rendimientos que genera su publicidad





Taller N° 19: Ofimática: Excel para emprendedores (Nivel Introductorio)





Evaluaciones aprobadas

La metodología del plan de formación, ha contemplado que el participante del Bootcamp, tenga la posibilidad de optar asistir a los talleres sincrónicos de su interés, o en su defecto desarrollarlo de manera asíncrona.

A excepción de los talleres de tutorías para la elaboración de videos, los demás talleres incluyeron un cuestionario de evaluación a los efectos de medir el nivel de aprendizaje adquirido. El nivel mínimo de rendimiento requerido ha sido del 60%, cuyo logro permitió la emisión de un certificado remitido al correo de cada participante

Talleres con evaluación	Cantidad de Evaluaciones aprobadas
Aprender a emprender digitalmente	101
Campañas en redes sociales	148
Fotografías desde el celular	98
Innovación emprendedora	99
WhatsApp – Videos App para edición	93
Ofimática: Word para emprendedores	88
Herramientas de diseño para Redes Sociales	69
Las Plataformas streaming	59
Especificaciones de contenido para cada red social	47
Fotografías desde el celular 2	53
Cómo llegar a cliente y fans.	43
Ofimática: Power Point para emprendedores	40

Gestión de la marca empresa y marca personal	48
Cómo llegar a cliente y fans Pautas ADS – Facebook / Segmentación y estrategias	41
Taller diseño de Flyer y logotipos con el celular	38
Control de rendimientos que genera su publicidad	32
Ofimática Excel para emprendedores	31
Promedio General	66,4

Feria Virtual de emprendimientos creativos



Esta actividad ha formado parte del cierre del Campamento Virtual: Introducción a las competencias digitales.

Se constituyó en un espacio donde algunos de los participantes del Bootcamp dieron a conocer sus emprendimientos mediante la innovadora metodología pitch de presentación.

Entre los feriantes se destaca la participación de emprendedores del Dpto. Central, Itapúa, Misiones, Pdte. Hayes, Ñeembucú.

Se establecieron dos modalidades de participación: Entrevista y Video, los interesados presentaron sus postulaciones mediante un formulario on line de registro.

El evento fue transmitido por medio de la plataforma zoom y retransmitida en vivo por las redes sociales de la Facultad de Ciencias, Tecnologías y Artes y la Universidad Tecnológica Intercontinental,

Los materiales elaborados por los participantes están disponibles en el canal de YouTube de la Facultad de Ciencias, Tecnologías y Artes, así como en el sitio web del Hub Creativo.

A continuación, algunas imágenes de las presentaciones realizadas durante la feria de emprendimientos creativos.

Arte Qom: Emprendimiento de Guido Caballero Ozuna (Comunidad indígena Toba Qom - Pdte. Hayes)





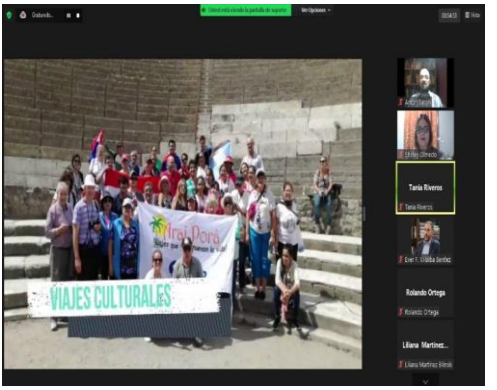
Compralonuestro.com (Marketplace turístico): Emprendimiento de Mirian Servian (Central)





Arai Porä Viajes y Turismo: Emprendimiento de Liliana Beatriz Martínez de Bilinski y José Luis Bilinski.(Itapúa)





Guido Perpi Producciones – Emprendimiento de Guido Pérez (Pilar)





Accesorios Sarah Rose - Artesanías con alambre de cobre - Emprendimiento de Laura Beatriz Ortiz Estigarribia (Ñeembucú)





Conclusiones

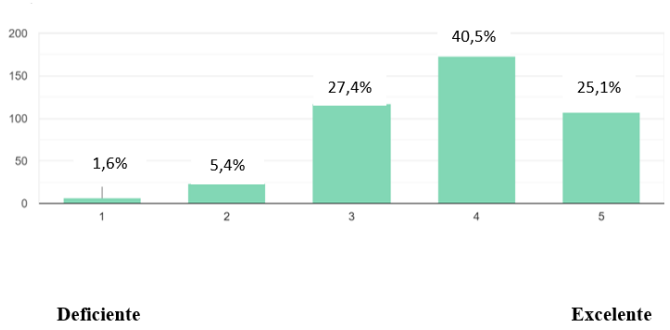
En el apartado de las conclusiones se expone el impacto generado en las competencias digitales de los participantes mediante esta propuesta de intervención educativa

El análisis se realiza a partir de la revisión de los objetivos del proyecto. Para la medición, se consideran las valoraciones hechas por los participantes de esta propuesta de intervención educativa.

Primeras valoraciones

Al tiempo de la inscripción, se solicitó a los participantes valorar en una escala semántica diferencial su actitud sobre el nivel de uso de herramientas tecnológicas.

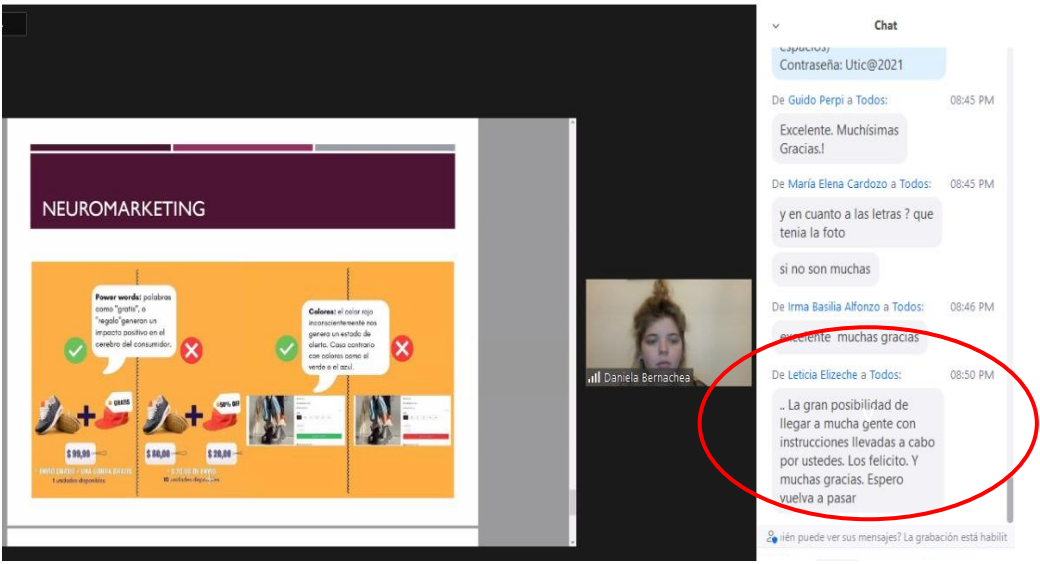
"Un diferencial semántico es una escala de medición de actitudes, creencias u opiniones acerca de un objeto social, (…) las actitudes son representadas por adjetivos que sintetizan la carga semántica contenida en ellos, en dos polos: uno positivo y otro negativo" (Sánchez Martínez, 2021).

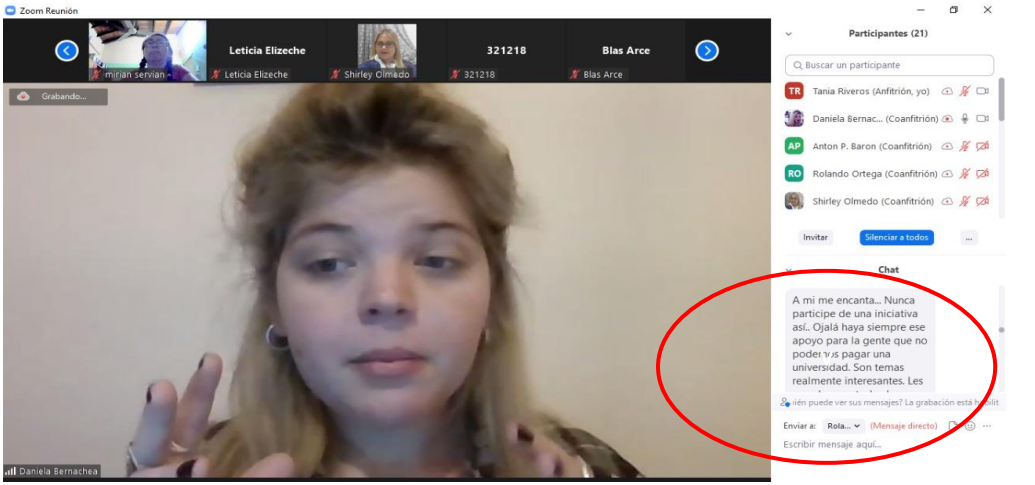


Fuente: Formulario de Inscripción Bootcamp virtual

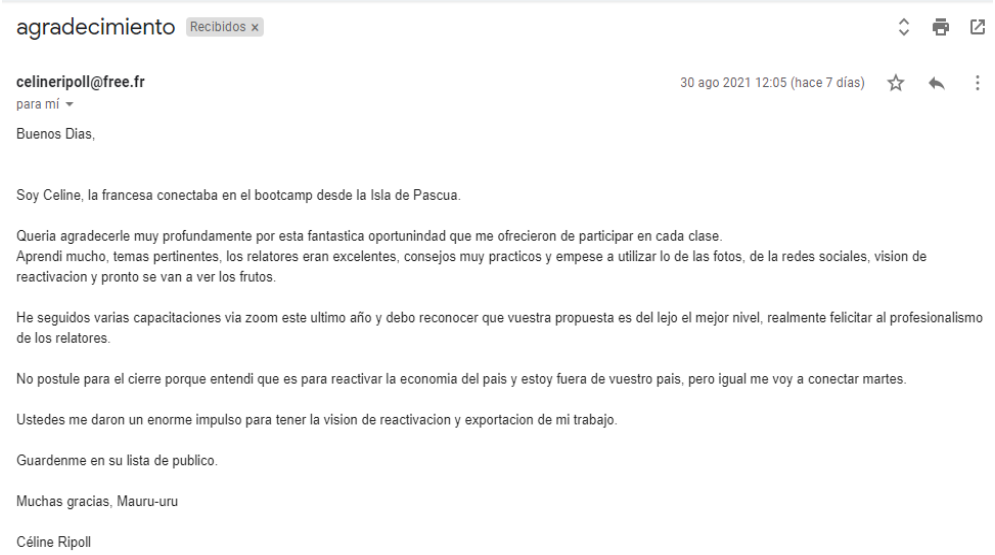
Valoraciones Contínuas

Así también durante el desarrollo de los talleres en las interacciones generadas, los participantes han puesto en manifiesto sus apreciaciones referentes a la actividad realizada.





Si bien el proyecto, tenía definido un público objetivo del territorio nacional, el equipo de investigación dio atención a la solicitud de interesados extranjeros en participar de esta propuesta de entrenamiento intensivo, permitiéndoles el acceso en calidad de oyentes.



agradecimiento Recibidos ×

celineripoll@free.fr 30 ago 2021 12:05 (hace 7 días)

para mí

Buenos Dias,

Soy Celine, la francesa conectaba en el bootcamp desde la Isla de Pascua.

Queria agradecerle muy profundamente por esta fantastica oportunindad que me ofrecieron de participar en cada clase.
Aprendi mucho, temas pertinentes, los relatores eran excelentes, consejos muy practicos y empese a utilizar lo de las fotos, de la redes sociales, vision de reactivacion y pronto se van a ver los frutos.

He seguidos varias capacitaciones via zoom este ultimo año y debo reconocer que vuestra propuesta es del lejo el mejor nivel, realmente felicitar al profesionalismo de los relatores.

No postule para el cierre porque entendi que es para reactivar la economia del pais y estoy fuera de vuestro pais, pero igual me voy a conectar martes.

Ustedes me daron un enorme impulso para tener la vision de reactivacion y exportacion de mi trabajo.

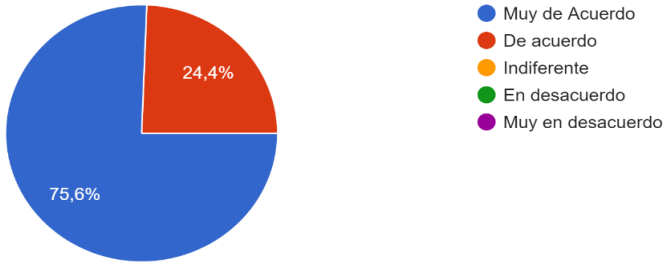
Guardenme en su lista de publico.

Muchas gracias, Mauru-uru

Céline Ripoll

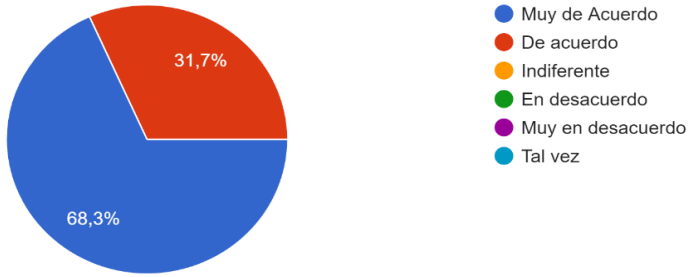
Ultimas valoraciones

El cierre de la Feria Virtual de emprendimientos creativos, última actividad del Bootcamp, se realizó una evaluación final con los participantes, el 75% manifestó estar muy de acuerdo con los temas desarrollados.



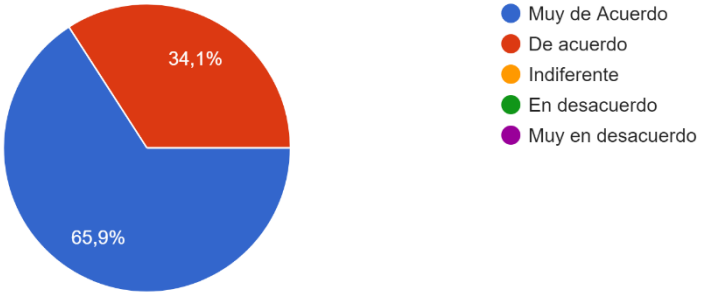
Fuente: Cuestionario de Evaluación Bootcamp 2021

El 68,3% considera que las actividades del Bootcamp permitieron fortalecer sus habilidades digitales.



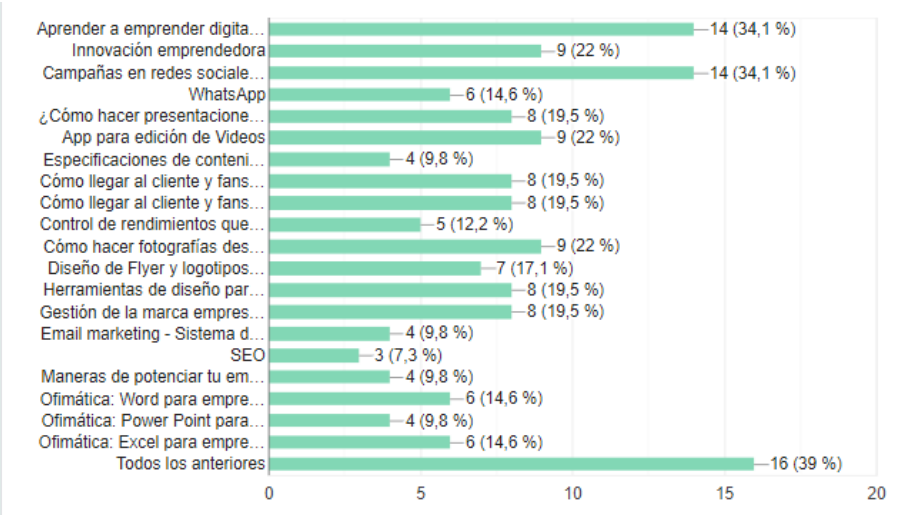
Fuente: Cuestionario de Evaluación Bootcamp 2021

El 65,9% está muy de acuerdo en considerar que el conocimiento adquirido permitirá desarrollar de manera más dinámica e innovadora su emprendimiento en este proceso de reactivación económica Post Covid -19.



Fuente: Cuestionario de Evaluación Bootcamp 2021

En relación a la importancia y utilidad de los temas tratados para su emprendimiento, si bien el mayor porcentaje recae sobre la opción "Todos los anteriores", en segundo mayor e igual cuantía recae en los talleres "Aprender a emprender digitalmente" y "Campañas en Redes Sociales"



Fuente: Cuestionario de Evaluación Bootcamp 2021

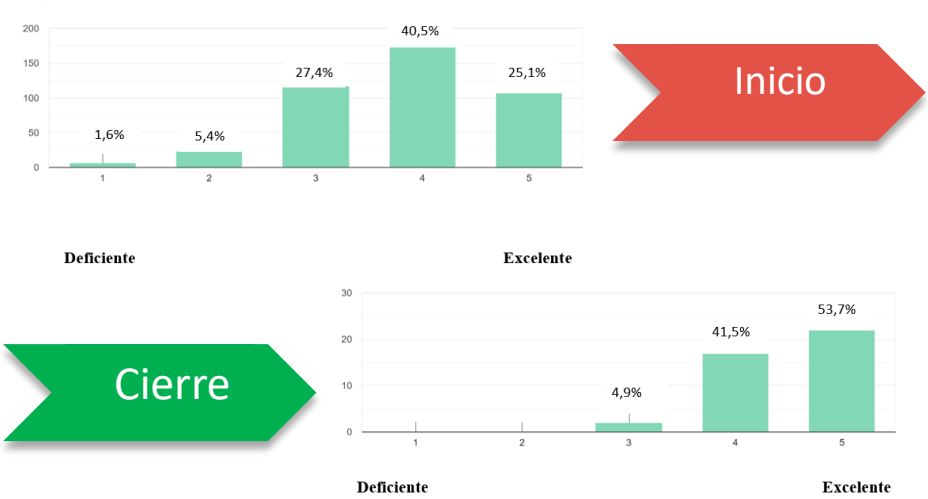
La experiencia vivida en el Bootcamp

Los participantes describieron la experiencia vivida en el Bootcamp con las siguientes expresiones graficadas en esta nube de palabras, las mismas fueron resultantes de una pregunta abierta, en el que los encuestados se sintieron en libertad de responder por medio de tres palabras que definan la experiencia de haber participado de este entrenamiento intensivo.



Fuente: Cuestionario de Evaluación Bootcamp 2021

Al tiempo del cierre de la actividad, nuevamente se solicitó a los participantes valorar en una escala semántica diferencial su actitud sobre el nivel de uso de herramientas tecnológicas, que comparado con la valoración inicial tuvo incrementos significativos.



Fuente: Cuestionario de Evaluación Bootcamp 2021

Contribución de la investigación

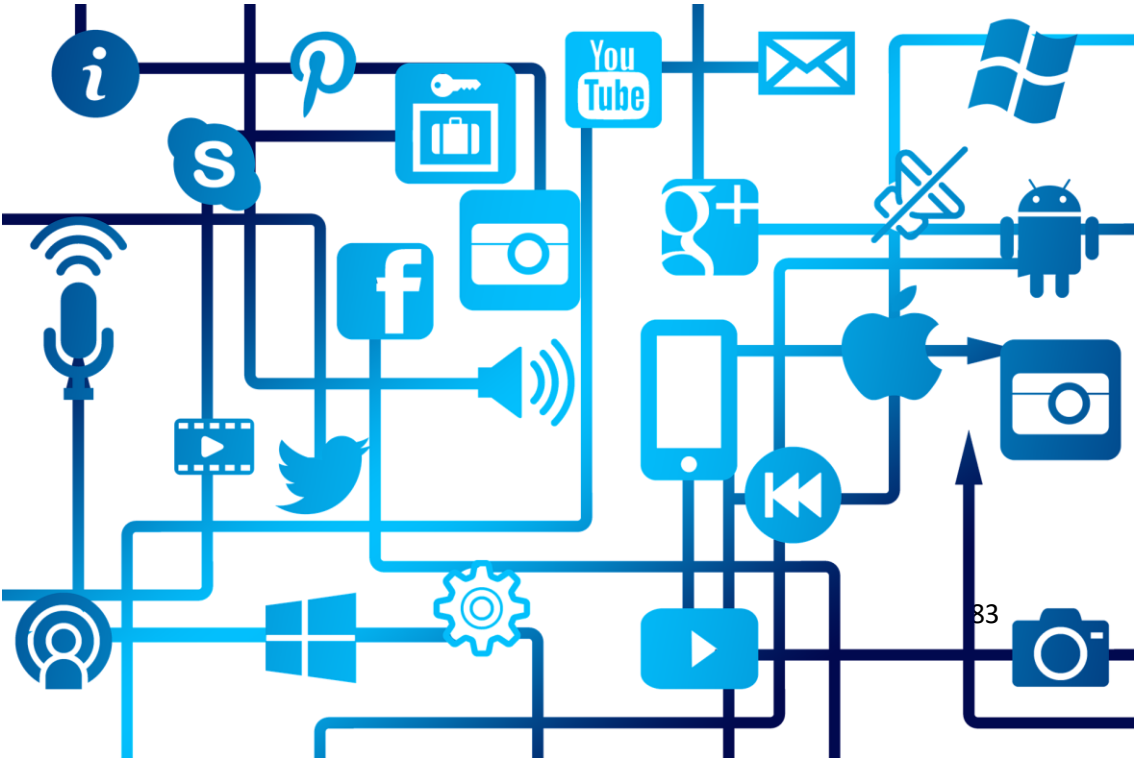
Esta investigación de tipo investigación _acción se constituyó en un espacio que brindó acompañamiento a los emprendedores participantes de la propuesta, quienes durante el proceso de fortalecimiento de sus competencias digitales fueron partícipes del programa de entrenamientos intensivos del bootcamp virtual, y que de acuerdo a las valoraciones recibidas se logró significativamente afianzar aquellas competencias vinculadas con las áreas de información y alfabetización, comunicación y colaboración, creación de contenidos digitales, seguridad y resolución de problemas.

Por medio del trabajo desarrollado, en base al diagnóstico, se ha podido identificar las brechas existentes en las competencias digitales, este estudio previo permitió pensar y elaborar un plan de intervención educativo acorde y adecuado a las necesidades de los emprendedores.

Así también, como parte de la contribución, el proyecto, dispone de un sitio web bajo la denominación hub creativo https://www.utic.edu.py/v7/hub.creativo.utic/ , en el que están disponibles, los materiales y las grabaciones de cada uno de los talleres desarrollados y pretende constituirse en una herramienta de utilidad pública con posibilidades de transferencias a otros sectores y replicabilidad.

Dado el interés generado por los participantes y que las competencias digitales son cada vez más necesarias para la gestión emprendedora, se destaca la importancia de generar más espacios

colaborativos de aprendizaje en TIC que permita a la diversidad de emprendedores, fomentar la innovación y la competitividad emprendedora.



Referencias bibliográficas

Bohórquez Aponte, F. A. (14 de julio de 2021). https://repository.usta.edu.co. Obtenido de https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/28668/2020felixbohorquez.pdf?sequence=1

AMETIC. (2021). Libro blanco para el desarrollo de las competencias digitales . España .

Artica Centro Cultural . (23 de abril de 2021). https://www.articaonline.com/. Obtenido de https://www.articaonline.com/2011/05/gestion-cultural-2-0-y-competencias-digitales/

Asociación de Universidades Populares de Extremadura. (2018). DigComp 2.1 El Marco Europeo de Competencias Digitales para la Ciudadanía. Editamás.

BBVA. (12 de 0ctubre de 2020). https://www.bbva.com. Obtenido de https://www.bbva.com/es/que-es-un-hub-de-emprendimiento/

Beatriz Días, C., Caro, N. P., & Gauna, E. J. (13 de julio de 2021). recursos.educoas.org. Obtenido de https://recursos.educoas.org/sites/default/files/VE14.164.pdf

Beese, J. (13 de julio de 2021). https://sproutsocial.com. Obtenido de https://sproutsocial.com/insights/pagina-de-facebook/

Comisión Económica para América Latina y el Caribe . (2020). Economía creativa en la revolución digital: la acción para fortalecer la cadena regional de animación digital en países mesoamericanos. Santiago: Naciones Unidas.

Fernández Villavicencio, N. (2015). DigComp o la necesaria adecuación al marco común de referencia en competencias digitales. Anuario ThinkEPI, 30-35.

Flores Ureba, S., Mora Agudo, L., & Rivero Menéndez, J. (2019). El método Delphi aplicado al diseño de un modelo de financiación de transporte urbano. Economía, sociedad y territorio,, 575-600.

Glasinovic, V. (12 de octubre de 2020). https://fch.cl/noticias. Obtenido de https://fch.cl/noticias/la-transformacion-digital-puede-crear-mas-trabajo-del-que-destruye-pero-es-urgente-reconvertir-la-fuerza-laboral/

Gomez Vázquez, V., Garcia Antonio, A., & Luana Jiménez, A. L. (2020). El marketing digital como estrategia en las MIPyMES turísticas de Tenosique, Tabasco. VinculaTégica, 18-29.

Google. (13 de julio de 2021). https://www.google.com. Obtenido de https://www.google.com/intl/es-419_py/business/faq/

Inboundcycle. (13 de julio de 2021). https://www.inboundcycle.com. Obtenido de https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/chatbot

Irigoien, P. (2018). El sector creativo y digital,un ámbito estratégico para el emprendimiento. Príncipe de Viana, 83-95.

Martinez, I., & Camino, L. (2020). La era digital y el ciberacoso. En I. Martinez, Padres y la Educación en la era digital (págs. 15-26). España : Universidad de Castilla-La Mancha.

Milenium. (13 de julio de 2021). https://www.informaticamilenium.com.mx. Obtenido de https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-una-pagina-web.html

Observatorio Regional de ia Sociedad de la Información de Castilla y León (ORSI) y Consejo Regional de Cámaras de Comercio e Industria de Castilla y León. (13 de julio de 2021). Marketing Digital para PYMES. Obtenido de https://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=10060082

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (12 de febrero de 2021). http://www.unesco.org/. Obtenido de http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/images/UNESCOCulturalandCreativeIndustriesguide_01.pdf

Rdstation. (21 de julio de 2021). https://www.rdstation.com. Obtenido de https://www.rdstation.com/es/seo/

Revista Plus. (01 de octubre de 2020). www.revistaplus.com.py. Obtenido de https://www.revistaplus.com.py/2020/10/01/expertos-de-la-region-se-unen-para-pensar-la-reactivacion-del-sector-creativo-y-cultural-pospandemia/

Sánchez Martínez, M. (06 de setiembre de 2021). https://riicotec.imserso.es. Obtenido de https://riicotec.imserso.es/InterPresent1/groups/imserso/documents/binario/0c11pinazo-evaluacion.pdf

Sendinblue. (14 de julio de 2021). https://es.sendinblue.com. Obtenido de https://es.sendinblue.com/blog/que-es-el-email-marketing/

Siqueira, A. (13 de julio de 2021). https://www.rdstation.com. Obtenido de https://www.rdstation.com/es/blog/fanpage-facebook/

The failure institute. (2018). El imapacto de las competencias digitales en el emprendimiento . México: The failure institute.

Tofler, A. (10 de mayo de 2021). https://conectasoftware.com. Obtenido de https://conectasoftware.com/analytics/que-son-las-habilidades-o-competencias-digitales/

UNESCO. (10 de mayo de 2021). http://www.unesco.org. Obtenido de http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-%09cultural-expressions/tools/policy-guide/como-usar-esta-guia/sobre-definiciones-%09que-se-entiende-por-industrias-culturales-y-creativas/

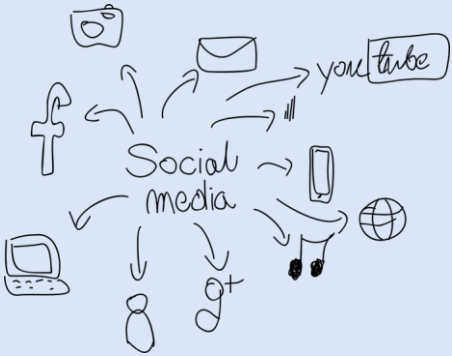
Untel Universidad . (14 de julio de 2021). https://www.utel.edu.mx. Obtenido de https://www.utel.edu.mx/blog/tendencias/la-importancia-de-una-imagen-corporativa/

Whatsapp. (13 de julio de 2021). https://www.whatsapp.com. Obtenido de https://www.whatsapp.com/about/

Whatsapp. (13 de julio de 2021). https://www.whatsapp.com. Obtenido de https://www.whatsapp.com/business/?lang=es

Competencias digitales para emprendedores creativos, expone en forma sucinta el proceso de ejecución del proyecto de investigación denominado "Fortalecimiento de competencias digitales de prestadores de servicios de la Industria cultural y el Turismo, mediante la creación de un hub de emprendimientos creativos y la aplicación de la metodología bootcamp virtual" BPINV20- 208, esta ha sido una propuesta de investigación – acción, desarrollado de manera de conjunta por investigadores de la Facultad de Ciencias, Tecnologías y Artes de la Universidad Nacional de Pilar e investigadores de la Universidad Tecnológica Intercontinental, adjudicado por el CONACYT, en el marco de su convocatoria a presentación de iniciativas, propuestas de intervención e innovación que permitan apoyar a sectores sociales, económicos e institucionales, post pandemia de la COVID-19, cofinanciado por el CONACYT, con recursos del Fondo para la Excelencia de la Educación e Investigación – FEEII.

Este material se constituye en un soporte que compendia los principales los aspectos abordados para desarrollar un plan de intervención educativo acorde a las necesidades de los emprendedores de los sectores objeto de este estudio.



ISBN: 978-99925-78-95-7

CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
CONACYT
PROCIENCIA
PROGRAMA PARAGUAYO PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA
UTIC
FCTA
Con el apoyo de:
Feei